

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE ESPAÑOL
MAESTRÍA EN LENGUA ESPAÑOLA Y LITERATURA PARA EL NIVEL SUPERIOR

TESIS

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE ORAL DEL
ESTUDIANTE DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO DEL CRUPO

POR:

YAMILETH FORCHENEY
CÉDULA: 8-911-1452

Tesis de grado presentada
para optar al título de
Magíster en Lengua
Española y Literatura para el
Nivel Superior

PANAMÁ OESTE, LA CHORRERA
DICIEMBRE DE 2018

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE ESPAÑOL
MAESTRÍA EN LENGUA ESPAÑOLA Y LITERATURA PARA EL NIVEL SUPERIOR

TESIS

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE ORAL DEL
ESTUDIANTE DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO DEL CRUPO

POR:

YAMILETH FORCHENEY

LA CHORRERA, DICIEMBRE DE 2018

DEDICATORIAS

Me llena de felicidad poder dedicarte este trabajo a ti mamá, por tu apoyo y esmero en mi educación. Hoy, puedo ver lograda otra meta en mi vida; siempre recordaré cuánto te sacrificaste e invertiste en mí; porque sin tu motivación de mujer trabajadora, no hubiese podido escalar hasta aquí.

A mi primo Guillermo, por demostrarme que puedo contar con él en todo lo que emprendo como estudiante y profesional.

Al reverendo Benigno De Gracia, por inyectar en mí ese espíritu de superación cuando más lo necesitaba y por sus constantes oraciones al Eterno para que pueda lograr todo lo que me propongo en la vida. Sé que lo llena de alegría y comparte conmigo esta dicha que me permite alcanzar, dándole gracias a nuestro Dios.

AGRADECIMIENTOS

Al Señor Jesús, no tengo palabras para agradecerle tantas cosas que ha hecho conmigo, todo se lo debo a él. Gracias por darme las fuerzas y la sabiduría para lograr este sueño.

A mi amiga Nitzia Bruno, por su linda amistad y por apoyarme en momentos en que la distancia de mi trabajo me impedía avanzar.

Al doctor Victoriano King Colman, por aceptar ser mi asesor. Gracias por contar con usted en todo momento, por su comprensión, orientaciones y sabios consejos.

A la profesora Aura Gibbs, quien siempre estuvo a disposición para orientar el proceso en la investigación.

RESUMEN

Esta investigación aborda el tema de los medios masivos de comunicación, mediante el cual se pretende precisar su influencia en el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste. El interés por conocer las causas de las deficiencias que presentan los estudiantes universitarios en su expresión oral, nos lleva a realizar este trabajo investigativo.

Se especifican los aspectos generales de la investigación: el tema, planteamiento del problema, justificación e importancia de la temática y la hipótesis presentada en términos de causa y efecto. Cuando los medios masivos de comunicación descuidan su rol de orientar, contribuir con la educación y al fortalecimiento de la cultura, en ocasiones, tienden a atraer la pobreza de vocabulario y bajo nivel cultural.

Marcan un precedente, los antecedentes históricos y la evolución de los medios masivos de comunicación en los últimos años, así también, los estudios realizados por diversos autores. De esta manera, entre los medios masivos tomados en cuenta son: la prensa, la Internet, la radio, el celular, el cine y la televisión. A su vez, se destaca su función, a quienes llegan y efectos que causan para conocer la importancia de estos, en relación con el contenido sociolingüístico que la lengua interviene.

Se relacionan las competencias lingüísticas que debe tener el egresado de la Universidad de Panamá, con lo establecido en los programas de estudios, específicamente de los estudiantes de la carrera de periodismo.

Esta investigación es de carácter descriptivo, ya que se describe el fenómeno analizado. La muestra la componen 35 estudiantes de la carrera de periodismo y 5 profesores a quienes se les aplicaron encuestas. Los resultados se presentan por medio de cuadros, gráficas y análisis.

Una vez culminada la investigación, proponemos la realización de un seminario-taller de estrategias y técnicas pedagógicas para mejorar y fortalecer el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste. Se finaliza con las conclusiones, recomendaciones y bibliografía de la investigación.

ABSTRAC

This research addresses the issue of the mass media, through which it is intended to specify its influence on the oral language of the students of the Regional University Center of Panama West. The interest to know the causes of the deficiencies that the university students present in their oral expression, leads us to carry out this investigative work.

The general aspects of the research are specified: the topic, problem statement, justification and importance of the subject and the hypothesis presented in terms of cause and effect. When the mass media neglect their role of orienting, contributing to education and strengthening culture, they tend to attract vocabulary poverty and low cultural level.

They mark a precedent, the historical background and the evolution of the mass media in recent years, as well as the studies carried out by different authors. In this way, among the mass media taken into account are: the press, the Internet, radio, cell phones, movies and television. At the same time, its function is highlighted, to those who arrive and the effects they cause to know the importance of these, in relation to the sociolinguistic content that the language intervenes.

The linguistic competences that the graduate of the University of Panama should have are related to what is established in the study programs, specifically the students of the career of journalism.

This research is descriptive, since the phenomenon analyzed is described. The sample is made up of 35 students of the Journalism Degree and 5 professors to whom the surveys were applied. The results are presented by means of tables, graphs and analysis.

Once the research is completed, we propose the realization of a seminar-workshop of strategies and pedagogical techniques to improve and strengthen the oral language of the students of the Regional University Center of Panamá west. It ends with the conclusions, recommendations and bibliography of the investigation.

ÍNDICE

	Páginas
DEDICATORIAS.....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRAT.....	v
ÍNDICE DE CUADROS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICAS.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xvi
CAPÍTULO 1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. El tema.....	2
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Antecedentes de la investigación.....	3
1.4. Justificación.....	5
1.5. Objetivos de la investigación.....	7
1.5.1. Objetivos generales.....	8
1.5.2. Objetivos específicos.....	8
1.6. Hipótesis del trabajo.....	8
1.7. Alcances, proyecciones y limitaciones.....	8
1.7.1. Alcances.....	9
1.7.2. Proyecciones.....	9
1.7.3. Limitaciones.....	10
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....	11
2.1. Antecedentes históricos de la comunicación de masa.....	12
2.2. Medios masivos de comunicación.....	14
2.2.1. Definición.....	14
2.2.2. Funciones.....	15
2.2.3. Ventajas.....	16
2.2.4. Desventajas.....	17

2.3. Los medios masivos de comunicación como agentes	
Influyentes.....	18
2.3.1. El cine.....	19
2.3.1.1. Definición.....	19
2.3.1.2. Características.....	19
2.3.1.3. Objetivos.....	20
2.3.1.4. ¿A quién llega el cine?.....	21
2.3.1.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación.....	22
a) Ventajas.....	22
b) Desventajas.....	23
2.3.1.6. Efectos que causa.....	23
2.3.1.7. Datos útiles.....	25
2.3.2. La radio.....	25
2.3.2.1. Definición.....	25
2.3.2.2. Características.....	26
2.3.2.3. Objetivos.....	26
2.3.2.4. ¿A quién llega la radio?.....	27
2.3.2.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación.....	27
a) Ventajas.....	27
b) Desventajas.....	28
2.3.2.6. Efectos que causa.....	29
2.3.2.7. Datos útiles.....	30
2.3.3. La televisión.....	31
2.3.3.1. Definición.....	31
2.3.3.2. Características.....	32
2.3.3.3. Objetivos.....	32
2.3.3.4. ¿A quién llega la televisión?.....	33
2.3.3.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación.....	34

a) Ventajas.....	33
b) Desventajas.....	35
2.3.3.6. Efectos que causa.....	35
2.3.3.7. Datos útiles.....	37
2.3.4. La tecnología celular.....	38
2.3.4.1. Definición.....	38
2.3.4.2. Características.....	38
2.3.4.3. Objetivos.....	39
2.3.4.4. ¿A quién llega la tecnología celular?...	40
2.3.4.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación.....	41
a) Ventajas.....	41
b) Desventajas.....	42
2.3.4.6. Efectos que causa.....	42
2.3.4.7. Datos útiles.....	45
2.3.5. La Internet.....	46
2.3.5.1. Definición.....	46
2.3.5.2. Características.....	46
2.3.5.3. Objetivos.....	47
2.3.5.4. ¿A quién llega la Internet?.....	48
2.3.5.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación.....	49
a) Ventajas.....	49
b) Desventajas.....	51
2.3.5.6. Efectos que causa.....	52
2.3.5.7. Datos útiles.....	53
2.3.6. La prensa.....	54
2.3.6.1. Definición.....	54
2.3.6.2. Características.....	54
2.3.6.3. Objetivos.....	55
2.3.6.4. ¿A quién llega la prensa?.....	56

2.3.6.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación.....	56
a) Ventajas.....	56
b) Desventajas.....	57
2.3.6.6. Efectos que causa.....	58
2.3.6.7. Datos útiles.....	59
2.4. Efectos de las teorías de comunicación de masas.....	60
2.4.1. Teorías de impacto directo.....	61
2.4.1.1. Teoría de la aguja hipodérmica.....	61
2.4.1.2. Los medios como creadores de estereotipos.....	62
2.4.2. Teoría del conductismo o de los efectos limitados.....	62
2.4.3. Teoría crítica.....	63
2.5. La lingüística.....	64
2.5.1. Campo de estudio.....	64
2.5.2. Corrientes.....	65
2.5.2.1. Generativa.....	65
2.5.2.2. Funcionalista.....	66
2.5.3. Ramas.....	68
2.5.3.1. La sociolingüística.....	68
2.5.3.2. Normativa.....	69
2.6. Pedagogía comunicativa del lenguaje.....	70
2.6.1. Competencia comunicativa.....	71
2.6.1.1. Competencia lingüística.....	72
2.6.1.2. Competencia sociolingüística.....	73
2.6.1.3. Competencia discursiva.....	74
2.6.1.4. Competencia estratégica.....	75
2.7. La educación superior en la Universidad de Panamá....	75
2.7.1. Perfil del egresado	76
2.7.2. Competencias comunicativas de los	

5.8. Evaluación.....	125
5.9. Costos y recursos.....	126
5.10. Beneficiarios.....	126
5.11. Presupuesto.....	127

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANEXOS

ÍNDICE DE CUADROS

	Páginas
CUADRO N°.1 EDAD DE LOS ESTUDIANTES.....	88
CUADRO N°.2 SEXO DE LOS ESTUDIANTES.....	89
CUADRO N°.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS POR LOS ESTUDIANTES.....	90
CUADRO N°.4 VENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE SELECCIONARON LOS ESTUDIANTES...	91
CUADRO N°.5 DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE SEÑALARON LOS ESTUDIANTES.....	92
CUADRO N°.6 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE MÁS INFLUYEN EN EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	93
CUADRO N°.7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE MÁS INFLUYEN EN LA DEFORMACIÓN DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	94
CUADRO N°.8 DEFICIENCIAS LINGÜÍSTICAS QUE PROVOCA LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	95
CUADRO N°.9 PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE ACTUALMENTE A ENALTECER EL IDIOMA DE LOS ESTUDIANTES.....	96
CUADRO N°.10 PAPEL DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN EL USO CORRECTO DEL LENGUAJE DE LOS ESTUDIANTES.....	97
CUADRO N°.11 PALABRAS O EXPRESIONES QUE UTILIZAN O ESCUCHAN CON MAYOR FRECUENCIA LOS ESTUDIANTES A TRAVÉS DE LOS MEDIOS	

MASIVOS DE COMUNICACIÓN.....	98
CUADRO N°.12 LECTURA DE PERIÓDICOS EN LOS ESTUDIANTES.....	99
CUADRO N°.13 PREPARACIÓN ACADÉMICA DE LOS DOCENTES.....	100
CUADRO N°.14 TIEMPO DE LABOR COMO DOCENTES.....	101
CUADRO N°.15 ORIENTACIÓN QUE DEBEN DAR LOS DOCENTES A LOS ESTUDIANTES PARA QUE ARTICULEN MEJOR A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AL ALCANCE.....	102
CUADRO N°.16 PRINCIPALES PROBLEMAS QUE CONFRONTAN LOS ESTUDIANTES FRENTE A LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.....	103
CUADRO N°.17 IMPACTO QUE PROVOCA LOS AVANCES DE LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL DESARROLLO DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	104
CUADRO N°.18 SIGNIFICADO QUE TIENE LA IMPORTANCIA DE LA INCORPORACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	105
CUADRO N°.19 PREPARACIÓN QUE SE LE DEBE DAR A LOS DOCENTES PARA USAR ADECUADAMENTE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN SUS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS.....	106
CUADRO N°.20 TÉCNICAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN EL SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	107
CUADRO N°.21 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN EL SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	109

ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Páginas
GRÁFICA N°.1 EDAD DE LOS ESTUDIANTES.....	88
GRÁFICA N°.2 SEXO DE LOS ESTUDIANTES.....	89
GRÁFICA N°.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS POR LOS ESTUDIANTES.....	90
GRÁFICA N°.4 VENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE SELECCIONARON LOS ESTUDIANTES...	91
GRÁFICA N°.5 DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE SEÑALARON LOS ESTUDIANTES.....	92
GRÁFICA N°.6 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE MÁS INFLUYEN EN EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	93
GRÁFICA N°.7 MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE MÁS INFLUYEN EN LA DEFORMACIÓN DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	94
GRÁFICA N°.8 DEFICIENCIAS LINGÜÍSTICAS QUE PROVOCA LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	95
GRÁFICA N°.9 PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE ACTUALMENTE A ENALTECER EL IDIOMA DE LOS ESTUDIANTES.....	96
GRÁFICA N°.10 PAPEL DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN EL USO CORRECTO DEL LENGUAJE DE LOS ESTUDIANTES.....	97
GRÁFICA N°.11 PALABRAS O EXPRESIONES QUE UTILIZAN O ESCUCHAN CON MAYOR FRECUENCIA LOS ESTUDAINTEs, A TRAVÉS DE LOS	

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.....	98
GRÁFICA N°.12 LECTURA DE PERIÓDICOS EN LOS ESTUDIANTES.....	99
GRÁFICA N°.13 PREPARACIÓN ACADÉMICA DE LOS DOCENTES.....	100
GRÁFICA N°.14 TIEMPO DE LABOR COMO DOCENTE.....	101
GRÁFICA N°.15 ORIENTACIÓN QUE DEBEN DAR LOS DOCENTES A LOS ESTUDIANTES PARA QUE ARTICULEN MEJOR A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AL ALCANCE.....	102
GRÁFICA N°.16 PRINCIPALES PROBLEMAS QUE CONFRONTAN LOS ESTUDIANTES FRENTE A LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN.....	103
GRÁFICA N°.17 IMPACTO QUE PROVOCA LOS AVANCES DE LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL DESARROLLO DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	104
GRÁFICA N°.18 SIGNIFICADO QUE TIENE LA IMPORTANCIA DE LA INCORPORACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	105
GRÁFICA N°.19 PREPARACIÓN QUE SE LE DEBE DAR A LOS DOCENTES PARA USAR ADECUADAMENTE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN SUS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS.....	106
GRÁFICA N°.20 TÉCNICAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN EL SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	108
GRÁFICA N°.21 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN EL SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES.....	109

INTRODUCCIÓN

La comunicación surgió con la raza humana; sin embargo, desde la aparición de los medios impresos, muchos cambios han revolucionado la forma en que los seres humanos interactúan para compartir sus ideas y a medida que avanza la tecnología, se puede observar que su alcance, a nivel de la sociedad, es mucho mayor.

Hoy, la prensa, la radio, la televisión, el cine, la Internet y los teléfonos inteligentes, le permiten al ser humano comunicarse con sus semejantes, rompiendo con diversas barreras; a tal punto que un gran cúmulo de información oral o escrita es de interés general o de conocimiento mundial rápidamente.

De esta forma, las personas ocupan gran parte de su tiempo interactuando por los medios masivos de comunicación; dicha situación genera diversos cuestionamientos. Ha sido tema de interés y de estudio para muchas personas, la incidencia de estos en esferas de la vida, ya sea en la educación, en la opinión pública, en el comportamiento de las personas, entre otras.

Por esta razón, se ha abordado el tema de los medios masivos de comunicación y su influencia en el lenguaje oral del estudiante del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, puesto que es de gran importancia saber con certeza cuánto inciden estos medios en la manera de expresarse de los que se forman profesionalmente en la universidad.

En el primer capítulo de este trabajo se presentan los aspectos generales de la investigación: el tema, planteamiento del problema, antecedentes de la investigación,

justificación, objetivos de la investigación, hipótesis del trabajo, alcances, proyecciones y limitaciones.

En el segundo capítulo de esta investigación se contemplan los antecedentes; una descripción general de los medios masivos de comunicación; puntualización de cada uno de los medios de comunicación, su definición, características, ventajas, desventajas y las causas. En los efectos de las teorías de comunicación de masas, la lingüística se involucra en la problemática, así como en la pedagogía comunicativa del lenguaje y aspectos de la educación superior en la Universidad de Panamá.

Seguidamente, en el tercer capítulo, se explican los tipos de investigación realizada: diseño, fuente de información, hipótesis, variables, su definición conceptual y operacional, población, muestra tomada para el estudio y los instrumentos.

En el cuarto capítulo se expone el análisis e interpretación de resultados, tomando en cuenta el instrumento de investigación útil en este tema de indagación: encuestas a docentes y estudiantes.

El quinto y último capítulo, comprende la propuesta educativa para mejorar el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste. En este, se desarrolla la introducción, justificación, objetivos, módulos temáticos, programación analítica, metodología, evaluación, costos y se determina a quiénes beneficia esta propuesta. Se finaliza con las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPÍTULO 1.

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. El tema

Se optó sobre los medios masivos de comunicación y el lenguaje oral del estudiante del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, tema de gran interés por conocer las causas de las deficiencias que presentan los estudiantes universitarios en su expresión oral.

1.2. Planteamiento del problema

Si bien es cierto, los medios masivos de comunicación cumplen funciones comunicativas, también se sabe que se critica mucho acerca de la manera cómo se expresan los comunicadores sociales, pues pareciera que no contribuyen al fortalecimiento del uso de la lengua; por ello, existe gran preocupación por las deficiencias en el lenguaje oral del estudiante universitario, sea de cualquier carrera profesional, puesto que los mismos transcurren gran parte de su vida como receptores de programas de televisión, radio, Internet; entonces, cabe la incertidumbre, si los medios masivos de comunicación son causa de este problema.

Al emprender la investigación acerca de los medios masivos de comunicación y el lenguaje oral del estudiante del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, surge la siguiente interrogante, a la cual se dará respuesta con esta investigación.

¿Cómo influyen los medios masivos de comunicación en el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste?

El campo de estudio de la investigación fue el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, Facultad de Comunicación Social, específicamente, un grupo de

treinta y cinco estudiantes, que se tomaron como muestra para aplicar los instrumentos que sirvieron en la recolección de datos necesarios en la investigación.

1.3. Antecedentes de la investigación

Muchos autores han abordado el tema de los medios de comunicación, de manera que sirven de base en esta tarea investigativa. Se han realizado grandes estudios y ha sido tema de crítica, la influencia o efectos de los medios de comunicación en la sociedad, en la educación y en la opinión pública.

Entre los estudios se destaca, la tesis doctoral de Julián Pindado, de la Universidad de Málaga, titulada *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes* (2003). Este trabajo se orienta hacia el efecto de los medios de comunicación en los adolescentes.

Montserrat Sánchez, investigador de la Universidad Complutense de Madrid, con su tesis doctoral sobre *Los medios de comunicación y nuevas tecnologías en los centros docentes de la Provincia Real* (2003), quien se refiere al uso de las nuevas tecnologías en la enseñanza docente.

El estudio investigativo de Geny Gaitán, de la Universidad Rafael Landívar, titulado *La violencia en Guatemala presentada desde los medios de comunicación escritos: Un análisis a sus formas, contenidos, dimensiones e influencia en los lectores* (2012). En esta investigación se logra conocer la percepción que tienen las personas acerca de diferentes medios de comunicación y se concluye que las noticias de violencia causan cambios de actitudes en los lectores.

La tesis doctoral de Guillermo López García titulada *Comunicación electoral y formación de la opinión pública* (2001), en la página 147, presenta un aporte importante de grandes estudiosos como, Robert Downe y John Hughes, en el que se cita las siguientes palabras:

«Quienes creen que los medios de comunicación ejercen una influencia extraordinariamente poderosa en la penetración, formación y cambio de las ideas y opiniones de la gente, probablemente defiendan también, de una u otra forma, la idea de que la sociedad de masas está compuesta por individuos más o menos atomizados... y que, debido al resquebrajamiento de las costumbres, los hombres hayan perdido las normas tradicionales y se hayan convertido en utilizables y sujetos a la manipulación y la persuasión».

Se investigó en la Biblioteca de la Universidad de Panamá y solo se encontró un trabajo monográfico relacionado al tema, titulado: *Reflexiones acerca de los medios de comunicación*, estudio que sirve como referencia para profundizar en la investigación.

Entre los autores se pueden mencionar a la doctora Mercedes Bolaños, quien fue profesora de la Universidad de Panamá, con su obra: *¿Hacia dónde vamos? Perspectiva sobre el futuro de la lengua española* (Panamá, 2014), en el capítulo 3 analiza los riesgos de posible deformación de la lengua, al calor de modernos mecanismos en la comunicación; lectura que motivó esta investigación.

Cuantiosos autores observan el tema de los medios de comunicación desde una perspectiva negativa más que positiva, tal es el caso del autor Manuel Casares

Vidal (2010), donde aborda *La influencia de los medios de comunicación sobre el lenguaje*, resaltando los aspectos negativos en el uso del lenguaje de los comunicadores sociales.

Los medios de comunicación, tienen el poder de atraer la atención de grandes masas que, cada vez más, despiertan la curiosidad investigativa acerca de la influencia que ejercen estos en diferentes esferas de la vida.

De la manera que fuere, los medios de comunicación han sido considerados directa o indirectamente como causales de cambios positivos o negativos en el ser humano, estudios que serán de apoyo en esta investigación.

1.4. Justificación

Los seres humanos son sociables por naturaleza; por lo tanto, es preciso tener buenas relaciones; esto se logra gracias a la comunicación, de tal manera que se intercambian ideas, pensamientos, emociones y la interpretación del mundo, haciendo uso del idioma.

Es así, como los diferentes medios masivos de comunicación usan la palabra para crear conexión entre las personas, indistintamente de su raza, credo o nación; no obstante, en diferentes programas televisivos, radiales y en Internet, se perciben incorrecciones del lenguaje que podrían afectar el aprendizaje del idioma en quienes se relacionan, escuchan u observan.

Las personas en su proceso de desarrollo educativo y profesional, necesitan hacer buen uso del idioma para su formación integral. Por ello, la investigación

acerca de los medios masivos de comunicación y el lenguaje oral del estudiante universitario es de gran importancia, puesto que es necesario que los profesionales del mañana no cometan los mismos errores que los que se escuchan habitualmente.

Esta investigación es factible, porque los medios de comunicación se usan a diario y son los que brindan la información necesaria a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, quienes ayudarán fácilmente en este estudio, el cual será de gran beneficio a los alumnos que cursan cualquier carrera universitaria, sobre todo a los estudiantes de esta Facultad, de manera que reflexionen acerca del cuidado que se debe tener con la lengua, que les permita corregir y mejorar su expresión oral en su formación profesional.

De igual forma, servirá como información valiosa para apoyar a los docentes en su ardua tarea de la enseñanza del idioma, en el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste. Podrán consultar la tesis en la Biblioteca de la Universidad y también servirá de apoyo a cualquier profesor o estudiante que decida continuar con esta investigación de manera más amplia.

La realización de esta investigación es innovadora, pues se usarán todos los medios tecnológicos que hay actualmente, para comunicarse desde diferentes puntos del país, para mantener comunicación con el asesor y también con acceso a Internet para la investigación, observar programas de televisión y escuchar transmisiones radiales, entre otras. Además, es una manera práctica de dar a conocer el tema a los estudiantes universitarios, para que puedan corregir errores de lenguaje y que sean agentes multiplicadores de los conocimientos adquiridos, así

como también permitirá sugerir técnicas que permitan mejorar la buena expresión oral.

Para los estudiantes, también representará un aporte innovador, pues impulsará el interés por fortalecer lo que se plantea o por descubrir situaciones en las que esté en juego la comunicación y el lenguaje, a través de los medios tecnológicos y medios masivos de comunicación, que diariamente tienen a su disposición.

Además, podrán emitir juicios críticos una vez finalizada la investigación y de esta forma, se estará aportando aspectos innovadores y actualizados con el trabajo.

Si se detiene a realizar una encuesta de los medios de comunicación que usan los jóvenes y el tiempo que ocupan interactuando en redes sociales, los resultados serían sorprendentes. Los que tienen jóvenes en sus casas y comparten con algunos de ellos como amigos, se percibe que no hay lectura ni comunicación oral con sus familias; de hecho, no duermen lo suficiente por estar en comunicación constante por celular, Internet, viendo programas en la televisión o escuchando la radio.

Por esta razón, la temática de los medios masivos de comunicación y el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, es de trascendental importancia en esta investigación.

1.5. Objetivos de la investigación

Según Hernández Sampieri (2010, página 36), los objetivos son: «Las guías de estudio que durante todo el desarrollo del mismo deben tenerse presente».

1.5.1. Objetivos generales

- Precisar la influencia que ejerce la comunicación de masas en el lenguaje oral del estudiante del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.

1.5.2. Objetivos específicos

-Identificar los registros o niveles de la lengua entre los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.

-Determinar la influencia de los medios de comunicación en el lenguaje oral de los estudiantes universitarios.

-Corregir los vicios de dicción más comunes en los estudiantes universitarios.

1.6. Hipótesis del trabajo

Según Hernández Sampieri (2010, página 92): *«Las hipótesis nos indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a manera de proposiciones»*.

Sin embargo, para efecto de esta investigación, se trabaja con base en los objetivos planteados, que permiten tener una perspectiva más clara del problema al final del trabajo investigativo.

1.7. Alcances, proyecciones y limitaciones

Se especifican los obstáculos que pudieran presentarse durante el proceso de investigación, indica hasta dónde se llega con el desarrollo e indagación y cómo resulta útil este estudio.

1.7.1. Alcances

Este estudio de tipo descriptivo, expone las características de la situación analizada y tiene gran alcance para todos, puesto que su fin es brindar ayuda pronta y clara en la solución de problemas que asaltan a cualquiera que desee expresarse con corrección y propiedad.

Contribuirá al enriquecimiento y fortalecimiento de la comunicación oral en la educación superior, sobre todo, servirá a los estudiantes, futuros comunicadores sociales, para que las correcciones se hagan de manera oportuna y así lograr una comunicación correcta y eficaz en los diferentes medios de comunicación masiva.

1.7.2. Proyecciones

Con esta investigación se aspira a sentar un precedente en el estudio de la comunicación de masas, específicamente, en la población universitaria de la Facultad de Comunicación Social; por lo que servirá de apoyo para cualquiera que desee profundizar esa temática.

Este trabajo investigativo tiene muchas expectativas, ya que causan un gran impacto e influencia en la sociedad de hoy. Asimismo, posee un gran valor lingüístico dentro de la forma culta y correcta, que servirá para que los estudiantes corrijan su expresión oral.

Los resultados de la investigación se darán a conocer no solo a los estudiantes, sino a todo aquel que ansíe mejorar su comunicación oral. Será un medio efectivo

para que las personas conozcan el tema, se interesen y puedan multiplicar estos conocimientos.

1.7.3. Limitaciones

El trabajo como docente y el nivel de responsabilidad limita la dedicación completa a la realización de la investigación.

Por otro lado, trabajo en Bocas del Toro, provincia que casi no posee una biblioteca que cuente con libros que sirvan de apoyo a la investigación.

Además, los recursos económicos para lograr con éxito la investigación han sido limitados.

CAPÍTULO 2.

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes históricos de la comunicación de masa

La necesidad de comunicación del hombre se hace notable desde tiempos primitivos. A través de señales de humo y sonidos transmitían mensajes entre las masas. Por mucho tiempo, la forma predominante de comunicación era oralmente, hasta que apareció la forma escrita. Es importante resaltar, que con la aparición de la imprenta en el siglo XV, se logró que las ideas y hasta lo que en ese momento se plasmara en hojas, tomara formas más concretas.

La evidencia más antigua de la existencia de los periódicos son las actas públicas, que se esgrimían en Roma para comunicar acontecimientos. Las actividades que el hombre realizaba en conjunto, llevó al estudio y descubrimientos de medios que facilitaban la comunicación a gran distancia, con rapidez y con información accesible a un sinnúmero de personas.

Es así como Samuel Finlay Breese Morse, en 1844 inventó el Morse y la telegrafía; Antonio Meucci inventó el teléfono en el año 1871; las ondas electromagnéticas fueron investigadas por un científico británico, llamado James Clerk Maxwell a fines del siglo XIX, los cuales fueron ratificados por Rudolf Hertz, trabajo que fundamentó lo que después sería la radio.

En el año de 1874 nace la televisión, al descubrirse que las variaciones de la conductividad eléctrica del selenio expuesto a la luz, originaba diversos matices de color que permitían la transferencia de imágenes, transformándose en un gran avance tecnológico en los años veinte; La aparición del cine ocurre en 1895, y se

atribuye a los hermanos Lumière, que proyectaron imágenes en movimiento frente a un auditorio.

De esta forma, la comunicación ha ido cambiando a medida que el hombre ha evolucionado. La explosión tecnológica de medios ha transformado la dinámica de la sociedad, a través de la aparición de la televisión, la prensa, la radio, la Internet, la tecnología celular y el cine, siendo parte de nuestras vidas.

Desde el surgimiento de las computadoras digitales en 1940, estas se han introducido en todas las áreas de la sociedad. Mediante la utilización de las redes informáticas, tales como la Internet y la telefonía celular, las personas son bombardeadas con un cúmulo de informaciones de todas partes. Debido a esto, ha surgido el interés de muchos estudiosos por conocer hasta dónde impactan los medios masivos de comunicación a las personas.

El estudio de los efectos de los medios masivos de comunicación, ha sido, desde principios del siglo XX, un tema de indagación para el ser humano. Es así como el sociolingüista estadounidense Fishman (1972) consideró la importancia de esta disciplina de los medios de comunicación, en la cuestión del contenido sociolingüístico que la lengua interviene:

«Los titulares periodísticos con todas sus estridencias pueden servir para mentalizarnos de una autoevidencia frecuentemente olvidada por muchos americanos; en otras palabras, que la lengua no es simplemente un medio de comunicación y de influencia interpersonal... La misma lengua es contenido, un

referente de lealtades y animosidades, un indicador del rango social y de las relaciones personales....».

(Artículo de Internet: 12/3/02. *La sociolingüística de los medios de comunicación. Antonio María López González.*)

2.2. Medios masivos de comunicación

2.2.1. Definición

Primeramente, es conveniente conocer el significado de comunicación y masas. Según el *Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española* (2014), la comunicación se define como: «*Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor*». Se define también masa como: «Gran conjunto de gente que por su número puede influir en la marcha de los acontecimientos».

(www.rae.es/diccionario-de-la-lengua-espanola/la-23a-edicion-2014)

Emelia Domínguez Goya en su libro: *Medios de comunicación* (2012, página 12), define los medios de comunicación masiva (mass media) como: «*aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros*».

Toro Bárbara en el artículo de la revista *Pequén: Medios masivos de comunicación: una construcción de la realidad* (2011) se refiere a los medios masivos de comunicación de la siguiente manera: «*entendiéndolos como industrias*

productoras de cultura y fenómenos discursivos ideológicos, que permiten la imposición y mantenimiento masivo del discurso del bloque hegemónico actual».

Los medios masivos de comunicación son entonces, los instrumentos por medio de los cuales se transfiere información a gran cantidad de personas en el mundo, no importando la distancia ni distingo social.

2.2.2. Funciones

Los medios de comunicación masiva tienen las siguientes funciones:

1. Informar. Las personas tienen acceso a la información de sucesos de su entorno inmediato, de la sociedad y del mundo, en el instante en que ocurren, ya sea por medio de la noticia en la radio o televisión, por Internet o en el periódico.
2. Educar. Es un propósito que deben cumplir los medios masivos de comunicación al suplir la necesidad de educación a todo público a través de programas y publicaciones de diversa naturaleza. Sobre todo, es su función, fortalecer los valores de la sociedad.
3. Entretener. Actualmente, los medios ofrecen muchos programas y formas de recreación para las personas que desean entretenerse con amigos o familiares. Han creado serie de películas en cine y televisión, programas humorísticos, de música, juegos, concursos, entre otros. Ante los requerimientos del trabajo y para escapar de algunos problemas, se busca un descanso en las secciones de chistes de la

prensa, novelas y películas de la televisión y la gran diversidad de sitios de Internet.

4. Formar opinión, persuadir y orientar. Muchos temas de interés social, políticos y económicos se debaten o exponen en los medios de comunicación, con el fin de moldear la opinión de los receptores, sin perder de vista sus valores y principios. De manera sutil, pretenden persuadir al público de algún tema, cumpliendo con la necesidad de orientar a las masas sin que se vea como manipulación por parte de los medios; así, esta función se diferencia de la informativa de acontecimientos o hechos. El público interpreta o explica los acontecimientos ocurridos.
5. Desempeñan una función socializadora por la que pretenden que el individuo cree una identidad, conservando principios y normas que demanda la sociedad.

Las siguientes funciones de los medios masivos de comunicación fueron establecidas por la UNESCO en 1970: Información; educación y cultura; desarrollo; movilización política y social; entretenimiento y recreación; publicidad y anuncios.

2.2.3. Ventajas

Las ventajas de los medios de comunicación radican en que:

1. Se utiliza un lenguaje sencillo para hacer posible la relación con una diversidad de receptores. La población que interactúa es heterogénea, son

individuos que viven en condiciones diferentes, culturas muy variadas, con diversas ocupaciones, nivel social, intereses, modelos, entre otros.

2. Mucha información es divulgada con rapidez.
3. Tienen gran cobertura geográfica para alcanzar a la mayor cantidad de personas posibles simultáneamente.
4. Cada vez más, se está rompiendo barreras que impiden que algunos individuos puedan informarse o interactuar con otras y con el acontecer diario.
5. Promueven el análisis de diversos temas y la participación social activa.
6. Puede hacerse que un mismo mensaje impacte a un gran número de personas y que estas, a su vez, lo compartan con otras.
7. Permiten que los usuarios puntualicen qué quieren compartir.
8. Las personas deciden o escogen la programación de su preferencia o el medio que más le agrade. Se logra conocimiento, entretenimiento, información, dar a conocer sus ideas, entre otras.
9. Se logra la empatía social, la interacción con la familia, amigos, y con la sociedad, de manera que se puede ocupar el tiempo libre.

2.2.4. Desventajas

Se pueden considerar las siguientes desventajas en los medios masivos de comunicación:

1. Pueden ser subjetivos al momento de informar acontecimientos al público o manipular la opinión del receptor.

2. Dedicar más tiempo al entretenimiento y publicidad que a programas educativos.
3. Pueden modificar la conducta de algunas personas e influenciar negativamente en las mismas.
4. No se hace buen uso de los medios masivos de comunicación. En muchos casos son utilizados para arremeter contra otras personas, denigrar, causar daño o violar la privacidad de las personas con un fin mal intencionado como es el caso de los *hackers*.
5. Absorben mucho tiempo de los receptores y no dedican espacio a interactuar con sus familiares en el hogar.
6. El uso de la tecnología resulta costosa, por ejemplo, obtener el servicio de luz o Internet.

2.3. Los medios masivos de comunicación como agentes influyentes

Todas las personas del mundo tienen a su alcance unos u otros medios de comunicación, que resultan indispensables como instrumento de comunicación y presencia notoria para toda clase de individuos en su ámbito familiar, académico, económico, social y político. El uso de estos medios es habitual, de manera que, la comunicación depende en gran parte de ellos.

Los medios masivos de comunicación más influyentes en el ser humano y en sus distintas esferas de desempeño son: el cine, la radio, la televisión, la tecnología celular y la Internet. A continuación se detalla cada uno de ellos.

2.3.1. El cine

2.3.1.1. Definición

Según el *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua* (2014), cine es: «*Local o sala donde como espectáculo se exhiben las películas cinematográficas*».

Etimológicamente, la palabra cinematografía fue un neologismo surgido al finalizar el siglo XIX. Estaba formado por dos palabras griegas: *κίνη* (*kiné*), que quiere decir movimiento; y *γραφός* (*grafós*), que pretendía precisar el concepto de imagen en movimiento.

El italiano Gicciotto, crítico cinematográfico, se hizo famoso al considerar al cine como un compendio de las demás artes, por lo tanto, se le considera al cine, el séptimo arte.

2.3.1.2. Características

En el cine se distinguen cinco etapas de realización: desarrollo, preproducción, rodaje, postproducción y distribución. El equipo técnico está formado por: el productor, el director cinematográfico, el guionista, sonido cinematográfico (a cargo del técnico de sonido), el director de fotografía, el montaje cinematográfico (técnica de ensamblaje de las tomas recopiladas en la película fotográfica para formar escenas y secuencias), el operador de cámara, arte (diseño de producción a cargo de un director de arte), el doble (persona delegada para salvaguardar la integridad

del actor), un guion gráfico, distribución y exhibición (empresas que compran los derechos para exhibirlas en salas de cine).

Según la teoría cinematográfica, las películas se clasifican según su género, atendiendo a ciertas similitudes, ya sea en su estilo, su temática, su intencionalidad, su forma de producción o el público al que van dirigidas. El cine es una expresión de arte, por eso se le considera el séptimo arte; difunde información; transmite sentimientos, pensamientos e ideas; funciona como medio de propaganda para convencer sobre ideas o filosofía.

Su evolución, como arte y medio tecnológico, ha sido evidente desde el siglo XIX hasta el siglo XXI, se ha convertido en una industria extraordinaria, pues agrupa corporaciones dedicadas a la producción y distribución de películas. Presenta imágenes realistas (aunque sean ficción), gran impacto emocional y alta popularidad.

2.3.1.3. Objetivos

El cine ha llegado a ser un medio expresivo de alto impacto, un fenómeno económico, artístico y una gran industria cinematográfica, cuyos principales objetivos son:

1. Generar formas mentales, siendo un espacio creativo para reproducir la realidad.
2. Otorgar un servicio de entretenimiento a las personas de todas las edades y en todo tiempo.
3. Favorecer al avance tecnológico.

4. Brindar la oportunidad, a las personas, de acceder y aprender diversos temas o contenidos.

2.3.1.4. ¿A quién llega el cine?

Actualmente, el cine está al alcance de muchas personas; las promociones para entrar a una sala de cine permiten que la mayoría de la población tenga acceso, sobre todo en las áreas urbanas. Es así como niños, jóvenes y adultos encuentran gran cantidad de temas de interés, según el género que desean, los cuales pueden ser: cómicas, películas de terror, de acción, de guerra, vaqueros, de historia, de temas religiosos, entre otros.

Con la intención de facilitar el acceso a la oferta cinematográfica, suplir las necesidades de la población y hacerle frente a la competencia de otros medios, surgen nuevas formas que permiten ganar seguidores, prueba de ello es el cine para ciegos que se encuentra en algunos países de América, como en el caso de Colombia, donde se realizó una experiencia en la XXIX versión del Festival de Cine de Bogotá en el año 2012, con la película: *El gallo de oro*.

Existe una clasificación de las películas según la edad del público, esto varía según el país. En el caso de Panamá, la clasificación es la siguiente (todo público), 14 (mayores de 14 años), 18 (mayores de 18 años), X (pornografía), +22(pornografía extrema).

La apertura de cines modernos en diferentes puntos de Panamá atrae al público como forma de esparcimiento.

2.3.1.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación

a) Ventajas

Las ventajas que se pueden destacar del cine como medio de comunicación masiva son:

- Es el medio de comunicación más completo que existe: congrega el sonido, el color, imágenes con movimiento y el tamaño gigantesco que atrae al público, porque lo viven como si fuera real.
- Debido a la forma cómoda de entretenimiento y al no retirarse durante los comerciales, como ocurre con la televisión, las personas se interesan más en lo que ocurre en la pantalla gigante y en los comerciales.
- Es barato, mantienen la audiencia cautiva y ofrece mayor nitidez de los colores.
- Es una forma de entretenimiento de toda clase de público.
- Es arte, dinamismo y creatividad.
- Transmite información interesante o sirve como medio de denuncia.
- Se aprovecha para aproximarse a otros géneros: historia, literatura, teatro, cómic, etc.

b) Desventajas

El cine posee desventajas debido a:

- Su baja selectividad del sexo, edad o nivel socioeconómico del público para determinadas películas.
- Las personas pueden pensar que toda la información que se divulga a través de este medio es real; sin embargo, puede existir errores en la información suministrada, como en el caso de temas históricos.
- No todas las personas pueden acceder comúnmente al cine, debido a que el costo de este medio es más elevado que el televisivo o demanda tiempo y otros gastos.

2.3.1.6. Efectos que causa

De los estudios realizados por algunos investigadores, resulta interesante mencionar los citados por José Vidal Pelaz y José Carlos Rueda en su libro: *Los públicos cinematográficos de siglo xx*. En los que destacan los aportes brindados por Tim Bywater y Thomas Sobchack (página 57), quienes consideran tres corrientes de indagación: «1) Los efectos del cine sobre las actitudes y comportamiento del espectador 2) la consideración del cine como reflejo de una identidad individual o colectiva (basada en la postura de la psicología de la comunicación) y 3) el estudio sociológico-estructural de la propia industria cinematográfica».

En la primera posición, son numerosos los trabajos de diversos autores que tratan de explicar los efectos del cine en el comportamiento del individuo. Algunos atribuyen el mal comportamiento de la persona a lo que observan en las películas de

cine y otros disienten en esto; no obstante, es notoria su preocupación por saber el alcance de este medio de comunicación en la sociedad.

En segundo plano, se destaca lo planteado por Hugo Munsterberg (Pionero de la psicología aplicada), fundado en apreciaciones sobre la imagen fotográfica y el poder de persuasión de la fotografía en movimiento y la teoría de la subjetividad colectiva de Sigfried Kracauer, en donde se considera la identidad cultural como reflejo de identidades individuales, el cine como impulsor de mitos sociales o como formador del inconsciente personal.

En tercer lugar, se sitúan las ideas de los que consideran al cine como institución social y como el producto del trabajo de una colectividad y por lo tanto, puede suponerse que los cineastas están sometidos a iguales presiones e influencia del medio como cualquier otro individuo.

María Campo Redondo en la *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento* (2006, página 13), determina que el cine «posee la capacidad de penetrar en la vida senso-perceptiva y memorial de las personas, influyendo en sus valores, en sus costumbres, en sus modos de actuar, y en la configuración de modelos referenciales de identidad. Añade también que: *el cine posee un lenguaje audiovisual, que con su incomparable capacidad de representación, de otorgar significados y crear símbolos, es una de las más poderosas tecnologías de poder*».

De esta forma, el cine es considerado por muchos como un medio masivo de comunicación que causa efectos positivos y negativos en las personas. Así, el cine puede fortalecer conocimientos, valores, la unidad familiar y la cultura, como puede

producir lo contrario; pero lo importante es destacar que todos los estudiosos coinciden en que sí causa algún efecto en los espectadores.

2.3.1.7. Datos útiles

En el diario *La Prensa de Panamá*, Helkin Guevara, (mayo 2015) publicó que: «durante 2014 los cines en Panamá recibieron 5 millones 79 mil visitas, la mayor cantidad registrada hasta ahora por la Asociación de Distribuidores de Películas».

La Agencia EFE Panamá (Publicación en Internet del 23 enero de 2016) informó que:

«En el 2015 las taquillas casi revientan y es que, según la Asociación de Distribuidores de Películas de Panamá, acudieron al cine un total de 5,7 millones de espectadores, una cifra récord e inusual para este minúsculo país de poca tradición cinéfila».

Para el año 2016, se esperaba que fuera un año muy importante para el cine en Panamá. Como se puede visualizar, el cine está abarcando gran cantidad de receptores y para ello, se prepara cada día como una industria atractiva con mejores avances y comodidades para el público.

2.3.2. La radio

2.3.2.1. Definición

Otto Limann en su libro *Fundamentos de Radio* (1989, página 1), presenta la siguiente definición de la radio: «Conjunto de dispositivos para transmitir a distancia

la voz y la música, haciéndola así asequibles simultáneamente a muchas personas».

Aquí se refiere a este medio como: aparatos que transmiten las ondas sonoras.

El *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua* (2014, página 1890), presenta la definición de radio o radiodifusión de la siguiente forma:

«Transmisión pública de programas sonoros a través de las ondas hercianas».

2.3.2.2. Características

Es un medio que permite comunicarse a grandes distancias a través de las ondas electromagnéticas, las cuales no requieren un medio físico de transporte; el emisor y receptor interactúan sin verse; el receptor puede hacerse representaciones mentales de lo que escucha (personalización); nos permite atender los hechos que acontecen justo en el momento en el que ocurren (inmediatez); se puede escuchar la radio y estar realizando otras actividades paralelas (multisensorialidad); logra mayor alcance que los demás medios, pues llega a todas las clases sociales.

2.3.2.3. Objetivos

Los objetivos de la radio como medio de comunicación pueden ser:

1. Entretener al radio-escucha mediante programas dinámicos y armoniosos, valiéndose de la música, humor, debates, entrevistas, etc.
2. Facilitar el acceso de la ciudadanía para obtener la información, ayudando así a garantizar la comunicación.
3. Promover la participación activa tanto del emisor como del receptor en los mensajes informativos.

4. Emplear recursos y herramientas formativas en diferentes proyectos educativos y en el fortalecimiento de los valores.

2.3.2.4. ¿A quién llega la radio?

La radio tiene un público tan amplio y diverso que se pudiera desconocer, debido a que puede llegar a cualquier tipo de persona, no importando su condición social y educativa. Por su característica, de ser económico, llega a cualquier lugar, dominando los obstáculos geográficos.

Por sus características acústicas, la radio se ha convertido en un puente de comunicación con cualquier tipo de persona. Es un medio para diferentes esferas sociales, muy útil en la educación radiofónica hacia la alfabetización.

Es un medio de comunicación masiva que llega al individuo logrando una relación más personal, porque ofrece a este, cierta participación en los sucesos o noticias que se transmiten. Tiene la oportunidad de obtener un mercado con un presupuesto mucho más bajo del que alcanzan otros medios, es por eso, que la audiencia de la radio es mayor.

2.3.2.5. Ventajas y dificultades en términos

de comunicación

A continuación se presentan las ventajas y desventajas que se pueden resaltar de este medio de comunicación.

a) Ventajas

Actualmente la radio posee ventajas que le permiten distinguirse de los demás medios de comunicación porque:

- Es un medio de comunicación inmediato, ya puede transmitir los sucesos en el preciso momento en que ocurren, en múltiples estaciones de este medio.
- El mensaje radiofónico se puede recibir al mismo tiempo que se realiza otra actividad.
- El aparato receptor está al alcance del auditorio, ya sea en la comodidad de la casa, en la playa, en el trabajo, en el automóvil, en un celular o en Internet.
- Es un medio que alcanza gran cantidad de población.
- Motiva la imaginación al necesitar solo uno de los sentidos.
- Se adquiere con un bajo costo de producción, a diferencia de otros medios.
- Se censura menos, ya que no puede verse a las personas o imágenes.

b) Desventajas

Algunas de las desventajas de la radio pueden ser:

- Mantiene competencia con la televisión, dado que son los medios más económicos.
- Se necesita ser más creativo que en otros medios, pues la programación debe atraer a la audiencia.
- Debido a que se basa en el sentido de la audición, es decir, que solo tiene acceso al oído, es restringido el uso de imágenes que le dan más dinamismo a los mensajes.
- Puede causar la distracción del receptor, ya que está ocupado en otras actividades al momento de escuchar la radio.

- Cada persona tiene diferentes circunstancias, formación y vive en realidades distintas, por lo que la interpretación del mensaje para todos no es igual o capta los conceptos desde el punto de vista intelectual.

2.3.2.6. Efectos que causa

La radio es uno de los medios de comunicación más antiguos y también el medio que más población abarca. Se han realizado estudios sobre los efectos que produce en el ser humano, ya sea en la educación, en la salud (debido al sonido), en la conducta, entre otros; de los cuales se desprenden ideas tanto negativas como positivas.

Según lo señalado en 1982 por el Instituto Nacional de Salud Mental de EE.UU, la violencia de los medios de comunicación, como la televisión y la radio, lleva a conductas agresivas en las personas. Consideran que las conductas agresivas son aprendidas por observación, audición y retenidas por un tiempo.

Por otro lado, impulsa la educación en los jóvenes, crea un espacio de entretenimiento, contribuye con la educación a través de programas de alfabetización, por lo que mejora el avance de la sociedad. Además, permite que los jóvenes y adultos participen de foros, debates, mesas redondas, ampliando sus conocimientos y participación en temas de interés social.

Independiente de la posición ante el tema, es evidente que existe una influencia de la radio en las personas, ya sea positiva o negativa.

2.3.2.7. Datos útiles

La radio aparece en Panamá como un medio de comunicación militar maniobrado por las fuerzas armadas de los Estados Unidos presentes en el país y luego se instalan emisoras panameñas, inicialmente de forma clandestina hasta ser reconocidos por la ley.

Fue con el Tratado Hay – Bunau Varilla y el Decreto 130 del 29 de agosto de 1914, en donde establece que los medios electrónicos con efecto radioeléctrico debían ser controlados por los Estados Unidos.

En 1922 había un total de siete radiodifusoras en manos de autoridades estadounidenses. Información presentada por la Revista panameña de política N°. 13, enero - junio 2012, sección de estudios, dirigida por Clara Inés Vásquez señala que:

«En el año 1930, la radiodifusión prosperó en manos de determinadas familias reconocidas por su posición económica y política: Arias Madrid, con la Red Panamericana de Radio; la familia Duque, con Radio Teatro Estrella y la familia Eleta con Radio Programas Continental – RPC».

(<http://cidempanama.org/wp-content/uploads/2012/09/Sistema-de-medios-de-comunicacion.pdf>)

Según los datos recabados en la Revista panameña de política (página 46) a través de la Autoridad Nacional de los Servicios Públicos (ASEP), *«hay un total de 289 frecuencias de radio abierta adjudicadas a 139 concesionarios».*

En esta revista se menciona también que: «*De acuerdo al último censo, en el año 2010, la población era de 3, 405,813 personas, distribuidas en 896,050 viviendas. El 82% de esas viviendas contaba con televisor, el 71% con radio y el 31% con computadora*» (página 40). Se puede ver que un 71 % de la población es alcanzada por la radio; por lo tanto, la mayoría de la población se informa a través de este medio de comunicación hoy.

2.3.3. La televisión

2.3.3.1. Definición

La palabra televisión deriva de la voz griega *tele* (distancia, lejos) y de la voz la latina *visio* (visión, vista).

De acuerdo con el *Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua* (2014), la televisión se define como: «*Sistema de transmisión de imágenes a distancia, que en la emisora se transforman en ondas electromagnéticas y se recuperan en el aparato receptor*». (<http://del.rae.es/?id=z006n8J>)

Se conoce como televisión a los aparatos receptores de señales de video y sonido, pero también se debe considerar como televisión, al sistema de ondas, de transmisión de información, recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia, por eso es considerado un medio de comunicación de masas que informa y entretiene a las personas con una variada programación.

2.3.3.2. Características

Este medio de comunicación se caracteriza por llegar a un gran número de personas indistintamente del nivel social o cultural del destinatario. Desarrolla una estrategia de programación y mercadeo dependiendo de las necesidades que pueden observar. Es unidireccional, ya que el emisor, en este caso, difunde la información y los televidentes solo la reciben, salvo en algunos casos en los que pueden emitir su opinión.

Utiliza el recurso visual para cautivar la atención de la audiencia y su lenguaje debe ser sencillo para poder llegar a una población heterogénea. Las imágenes, color y los sonidos deben ser un recurso indispensable y a la vez, la información transmitida debe ser reciente, dinámica y de interés.

Este medio causa un gran impacto por su amplia cobertura y por la facilidad con que se pueda contar con un televisor en los hogares, en establecimientos públicos o privados.

2.3.3.3. Objetivos

La televisión tiene los siguientes objetivos:

- 1) Presentar estímulos visuales y auditivos, los cuales son más efectivos que los que solamente atienden sentidos auditivos, para llamar la atención de las personas.
- 2) Difundir información valiosa y mantener enterado al televidente de acontecimientos recientes.
- 3) Contribuir con el desarrollo social.

- 4) Fomentar la educación y el conocimiento de temas relevantes.
- 5) Servir como medio de entretenimiento a personas de diversas edades y nivel social.
- 6) Ofrecer una programación por medio de estrategias y políticas de producción, para lograr la transmisión de programas con calidad, que permitan alcanzar un alto nivel de audiencia.
- 7) Comercializar espacios televisivos mediante la transmisión de mensajes publicitarios, para la obtención de sus ingresos.

2.3.3.4. ¿A quién llega la televisión?

Es conocido que la televisión se ha convertido en un integrante más de las familias a nivel mundial, en la mayoría de los hogares existe, mínimo, un televisor en los que se pueden observar los canales nacionales a un módico precio.

Los nuevos dispositivos y ofertas digitales están acabando, poco a poco, con el antiguo sistema de televisión análogo. Este sistema es más avanzado, por lo que se puede observar y escuchar con nitidez y por ende, es más atractivo al público.

Actualmente, con la ayuda del satélite, se tiene acceso a un gran número de canales televisivos con programación de todo tipo, aunque el costo sea un tanto mayor que el que se tiene con canales nacionales.

La televisión ha buscado la forma de llevar información a personas de todas las edades, pero también a aquellos con discapacidad, por lo que hay canales exclusivamente para estas personas.

2.3.3.5. Ventajas y dificultades en términos

de comunicación

a) Ventajas

La televisión posee las siguientes ventajas:

- Tiene amplia cobertura de mercados masivos, captando una importante cantidad de público en un período mínimo de tiempo.
- Costos bajos para el público.
- La dinámica de uso: imagen, sonido y movimiento, hacen de la televisión un medio atractivo para los sentidos y causa gran impacto en el mercado.
- Ofrecen una diversidad de programación que se desarrolla con el fin de llamar la atención de los espectadores, lo que permite acceder a muchos canales, cuya programación sea del agrado del receptor.
- Alto contenido de entretenimiento que divierte al televidente.
- Es uno de los medios más influyentes en la captación de mensajes publicitarios.
- Favorece el desarrollo del pensamiento conceptual y educa en un tema en particular.
- Facilita la educación en lugares apartados donde no hay facilidades de una enseñanza en escuelas.

b) Desventajas

Entre las desventajas de este medio de comunicación podemos destacar:

- Presentación de muchos programas, cuyo contenido no es adecuado para un determinado tipo de audiencia, como por ejemplo, los contenidos violentos, por lo que incita a conductas agresivas.
- Dificultad para encontrar programas con contenidos educativos en los que se promuevan valores y la cultura.
- Requiere que la persona dedique mucho tiempo, restando importancia a otras actividades saludables como las físicas, la lectura y los juegos al aire libre, por lo que pueden causar desinterés en otras formas de entretenimiento saludables.
- Promueve el consumismo, por medio de la publicidad, incitando a las personas a gastar sin verificar calidad de productos.
- Provoca el sedentarismo y la vida fácil.
- Propicia la creación de un nuevo lenguaje más pobre, incorrecto, despersonalizado.

2.3.3.6. Efectos que causa

En un informe técnico del Comité Consultivo Científico del *Surgeon General's* divulgado en 1972 con el título de *Televisión y conducta social*, el cual congrega los resultados de 23 proyectos de investigación, se ultimó que había una relación causal entre: ver violencia en la televisión y la agresión en los jóvenes. Por lo que se considera que muchos programas televisivos causan violencia en los niños y

jóvenes. La observación de hechos de dolor, horror y sufrimiento resulta en catarsis o sea que, esto puede ser reproducido durante o después de la observación de programas de contenido violento.

(<http://absta.info/ie-comunicaciones-numero-1-enero-2005-pp-13-20-revista-iberoam.html>).

Un análisis publicado en la *Revista biologist*, sobre 35 estudios científicos, apunta que la televisión puede causar hasta quince efectos negativos en los niños, entre ellos el autismo y la prematura pubertad.

(<http://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/51599.html>)

La Academia Americana de Psiquiatría de Niños y Adolescentes sostiene que: «*Los niños que se exponen excesivamente a la violencia en la televisión tienden a ser más agresivos. Algunas veces, el mirar un sólo programa violento puede aumentar la agresividad... El impacto de la violencia en la televisión puede ser evidente de inmediato en el comportamiento del niño o puede surgir años más tarde y la gente joven puede verse afectada aun cuando la atmósfera familiar no muestre tendencias violentas*».

(https://www.aacap.org/AACAP/Families_and_Youth/Facts_for_Families/FFFSpanish/Los-Ninos-y-la-Violencia-en-la-Television-013.aspx)

La interacción con este medio se le atribuye efectos psicológicos, intelectuales, de visión, conductas morales, manipulación de la opinión pública, entre otras; en su mayoría son consideradas influencias negativas, ya que han surgido después de investigaciones realizadas por muchos estudiosos desde que surgió la televisión.

2.3.3.7. Datos útiles

En los resultados que presentó el Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá, basado en los datos facilitados por la estadística de censo del 2010, con respecto al acceso y uso de las tecnologías de información y comunicación, la televisión es considerada como el medio de comunicación más utilizado por la población, para tener acceso a información y entretenimiento, supera el uso de la radio o equipo de sonido, 81.4% de los hogares contaban por lo menos con un televisor, en tanto que 70.1% tenían radio o equipo de sonido.

Por otro lado, en el periódico La Prensa, del 20 de octubre de 2013, se presenta la posición del académico Dimas Lidio Pitty, con respecto al uso del idioma español, al iniciarse el VI Congreso Internacional de la Lengua Española en nuestro país: *«el español culto o promedio se habla y se escribe bien, en términos generales»*.

Señala también el diario: *«Sin embargo,...por influjo de intereses subalternos, sobre todo en los ámbitos publicitario, comercial y político, se propicia y se estimula la inobservancia de las normas y el uso de jergas, barbarismos, idiotismos y vulgaridades de toda clase. Pareciera que el objetivo es alcanzar el más bajo denominador común»*.

(https://www.prensa.com/espanol-habla-Panama_0_3780371977.html)

Esto nos revela que la televisión es factor importante al momento de hablar de influencias en el uso del idioma, considerando la cantidad de personas que son atraídos por este medio de comunicación.

2.3.4. La tecnología celular

2.3.4.1. Definición

El Diccionario de la Real Academia Española (2008, página 2147) define la telefonía celular como: *«sistema telefónico en el que la conexión entre el aparato portátil y la central se realiza mediante ondas hercianas»*.

La tecnología celular es un avance técnico y científico que desarrolla un sistema de comunicación inalámbrica que permite la conexión entre el sistema de telefonía, a largas distancias, a través de pequeñas células o dispositivos conocidos como celulares. De esta manera, las personas que utilizan la telefonía celular no necesitan estar conectados a una red estática como ocurre con los teléfonos convencionales, ya que pueden hacerlo en cualquier parte con solo portar un celular.

2.3.4.2. Características

Las primeras células o celulares que salieron al mercado tenían el sistema de telefonía incorporado, bastante bueno en su momento, aunque solamente su uso era para enviar y recibir llamadas telefónicas. Desde la primera generación eran análogos, pero la tecnología ha avanzado tanto, que hoy se cuenta con la quinta generación totalmente digital.

Esta tecnología se caracteriza porque no solo permite el servicio telefónico, sino también la comunicación por medio de Internet, la facilidad de brindar otros tipos de servicios como: datos, audio y video. Cuentan con un sinnúmero de aplicaciones que hacen de este dispositivo el más atractivo del mercado.

A estos equipos se les considera *inteligentes*, pues son como pequeñas computadoras, que pueden comprimir o descomprimir mensajes de voz y debido a sus capacidades de procesamiento, se pueden realizar las mismas tareas que antes solo se podían hacer en una computadora.

Su sistema se distingue por los siguientes aspectos:

- Cuentan con batería interna recargable.
- Su pantalla es táctil, es decir, que es perceptible al toque de un lápiz especial o a los dedos, que activan diversas funciones.
- Poseen una memoria interna para almacenar datos del sistema, registros de llamadas, fotos, videos, entre otros.
- Algunos modelos de celulares cuentan con la función para alcanzar señal de televisión y en su mayoría pueden conectarse a la señal de la radio FM.
- Se pueden adaptar a la computadora, actualizar sus datos o hacer cambios en el sistema.

2.3.4.3. Objetivos

- La comunicación por llamada telefónica a grandes distancias es el principal propósito desde la invención del teléfono celular; sin embargo, las nuevas formas de comunicación de manera digital, complementan este medio de comunicación masiva.
- Permite el fortalecimiento de la cultura a través de los avances tecnológicos y científicos, facilitando la comunicación entre las personas.

- Incrementa la accesibilidad a la información, que favorecen las relaciones de trabajo, institucionales y familiares, logrando sociedades organizadas.
- Logran proporcionar un acceso rápido a comunicaciones instantáneas a través de canales alternativos como son las diversas redes sociales.

2.3.4.4. ¿A quién llega la tecnología celular?

La tecnología celular, actualmente, llega a muchas personas, desde los poblados urbanos hasta los rurales, dependiendo de la señal y promociones que ofrezcan las diversas empresas de telefonía en el país.

Esta revolución tecnológica ha logrado que hasta los niños cuenten con sus celulares o tabletas en los que pueden escuchar música, descargar juegos, comunicarse con sus padres, etc. En las casas, es usual ver a cada miembro de la familia con su móvil.

Cuando salieron los primeros teléfonos digitales, el costo por adquisición era elevado, pero hoy, debido a la competencia en el mercado y a los nuevos modelos que salen a la venta, el costo ha disminuido, por lo que las personas pueden contar con más de una línea telefónica y varios celulares.

Este medio de comunicación masiva es más usual en los jóvenes, quienes hacen mayor uso de redes sociales, ya sea por informarse, comunicarse o realizar tareas de estudio.

José Kont señala que un estudio de *Redes sociales en Centroamérica y el Caribe 2016 que se presenta en ilifebelt Times* (Artículo de Internet), Panamá se

considera el segundo país con menor tasa de crecimiento en redes sociales desde el año 2015.

«En primer lugar, el usuario panameño en redes sociales se define en promedio como un joven empleado de 21 a 30 años, que se encuentra en sus años universitarios y se conecta desde su casa a través de un Smartphone».

2.3.4.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación

a) Ventajas

El uso de la comunicación por telefonía móvil tiene las siguientes ventajas:

- El costo de los celulares es asequible.
- Permite realizar llamadas y establecer contacto con personas desde cualquier parte del mundo. La forma de llamada es rápida y sencilla.
- Los celulares digitales cuentan con aplicaciones y funciones que facilitan la comunicación de diversas formas: videos, audios, textos, entre otros.
- Se puede estar conectado a redes de información y en comunicación a cualquier hora del día.
- Para comunicarse no hay que buscar un teléfono o estar en un lugar determinado como ocurre con la telefonía fija, es tan fácil como portar un celular activo.
- Se puede establecer contacto con un grupo de personas a la vez, es decir, que pueden conectarse en una misma llamada o recibir la misma información al instante y reaccionar ante el mensaje que se recibe e interactuar.

- Ayudan a difundir información mucho más rápida que en otros medios, ya que a través de las redes sociales alcanzan a millones de personas en segundos.

b) Desventajas

Entre las desventajas de la comunicación a través de los teléfonos móviles están:

- Muchas compañías telefónicas no brindan cobertura en todos los lugares del mundo, limitando, de este modo, la comunicación.
- El costo por llamadas o por estar conectados a redes sociales e Internet es más alto que el uso de otros medios.
- Requiere dedicar más tiempo para estar comunicado, ya sea por mensajería de texto, videos, etc., por lo que resta espacio a otras actividades.
- Se puede difundir información equivocada o mal intencionada y los usuarios la aceptan como verdadera.
- Han surgido estudios y críticas en cuanto al uso del celular en exceso, ya que se considera que el uso constante crea adicción y daños a la salud.

2.3.4.6. Efectos que causa

El celular es un instrumento de comunicación muy útil; sin embargo, son muchos los estudios en los que se le atribuye a los celulares efectos negativos, entre los que se pueden destacar:

1. Producen ansiedad y bajo rendimiento académico en los estudiantes. El artículo publicado por Joseph Mercola titulado: El uso de teléfonos celulares está relacionado con un bajo rendimiento académico, ansiedad y algo mucho Peor... señala que en el estudio publicado en la revista *Computers in human behavior* en el que se encuestó a más de quinientos estudiantes universitarios para apreciar el uso del teléfono celular y comparó los resultados con sus calificaciones y con las pruebas de ansiedad y satisfacción con la vida. Tales resultados fueron relacionados tanto a las calificaciones como con los niveles de ansiedad en forma subordinada a la porción analizada. Cuando mayor era el uso del teléfono celular de un estudiante, menores fueron sus calificaciones y mayores fueron sus niveles de ansiedad.

(<https://articulos.mercola.com/sitios/articulos/archivo/2014/01/06/uso-del-telefono-celular.aspx>)
2. En el año 2011, la Organización Mundial de la Salud clasificó la exposición a los campos electromagnéticos de radiofrecuencia en celulares y considera la posibilidad de que produzca cáncer en las personas.
3. En un estudio realizado por el Dr. Kenneth Hansraj (jefe de cirugía de columna en el New York Spine & Rehab Medicine) manifiesta que el uso abundante de celulares en una posición incorrecta puede causar dolor de cuello, alteraciones en la columna, sifosis (una joroba) y hasta la necesidad de un tratamiento quirúrgico.
4. Otro estudio realizado en Noruega con más de 9,000 jóvenes entre 16 y 19 años por un espacio de dos años, dio como resultado que, usar el celular

antes de dormir conlleva efectos negativos sobre los patrones de sueño y ocasiona desviaciones en las rutinas de sueño.

5. En cuanto a las afectaciones del uso de celulares, específicamente en los mensajes instantáneos de textos y su ortografía, hay posiciones encontradas, puesto que la forma incorrecta como se escribe, se le aduce a los celulares por algunas personas y otras consideran que no tiene relación alguna.

En el periódico *La Prensa*, del 20 de octubre de 2013, con respecto al uso del idioma español, al inicio del VI Congreso Internacional de la Lengua Española en nuestro país, la profesora Margarita Vásquez plantea: *«Cada vez hay menos personas que escriben bien. Y no tiene nada que ver con el chat o con los mensajes. Simplemente, la redacción y la ortografía requieren un cuidado especial desde los primeros grados de la escuela. Es allí donde se aprende a escribir correctamente»*.

(http://www.prensa.com/espanol-habla-Panama_0_3780371977.html).

Sin embargo, Xavier Sáez Llorens, pediatra e infectólogo, señala en este mismo artículo periodístico que: *«Las herramientas tecnológicas modernas (chats, redes sociales, mensajería telefónica, etc.) diseminan y multiplican los errores gramaticales de manera exponencial. Los continuos gazapos en medios televisivos también entorpecen el aprendizaje correcto del idioma»*.

6. El uso de celular es considerado la causa de muchos otros males como estrés, problemas de visión producto de la luz que emite la pantalla de estos dispositivos, entre muchas otras.

2.3.4.7. Datos útiles

En un artículo periodístico publicado en el 2015 por Alma Solís en Internet (Ciudad de Panamá-ANPanamá) se menciona que: *«El auge de la telefonía móvil en Panamá, sigue creciendo y para septiembre de este año existían 7,8 millones de líneas de teléfonos móviles activos según la información proporcionada por la Autoridad de los Servicios públicos (ASEP), esta cifra muestra un aumento de 956.731 nuevo celulares en los primeros nueve meses del 2015»*. (<http://www.anpanama.com/4858-Casi-ocho-millones-de-lineas-de-celulares-en-Panama-.note.aspx>)

Cabe destacar, que estas cifras demuestran que en Panamá se pudiera considerar, que por los tres millones y medio de habitantes que hay, cada persona cuenta con más de dos líneas telefónicas.

En la página de Internet *El Tiempo* (Recuperado el 20 de enero de 2017), se destaca lo siguiente: *«De acuerdo con el reciente informe presentado por Cisco, uno de los principales fabricantes de equipos de redes, se proyecta que durante los próximos cinco años existirán alrededor de 5.500 millones de usuarios de móviles, lo que representa el 70 por ciento de la población mundial (para el 2020 la población mundial será de 7.800 millones de habitantes, según las Naciones Unidas)*.

Esto quiere decir, que esta tecnología seguirá masificándose hasta lograr que el 70% de los habitantes del mundo tengan celulares para comunicarse».

(<http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedadestecnología/crecimiento-del-uso-de-celulares-en-el-mundo/16500742>).

2.3.5. La Internet

2.3.5.1. Definición

El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua (2014), define Internet como:

«Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras mediante un protocolo especial de comunicación».(<http://dle.rae.es/?id=LvskgUg>)

En el libro *Las ciencias sociales en Internet* (Mérida, 2001, página 27), se presenta la siguiente definición: *«Internet es un conjunto consensuado de protocolos que permiten la conexión entre redes informáticas. Una máquina particular se conecta a Internet bien directamente al pertenecer a una red informática específica, bien de forma remota conectándose por módem a la red de un Proveedor de Servicio Internet (ISP)».*

2.3.5.2. Características

Este medio de comunicación masiva se caracteriza por:

1. Ser de carácter universal: Esta red puede ser usada en todos los países, en los que se puede obtener información y muchos servicios con facilidad.
2. Es una forma de ahorrar tiempo, espacio y dinero. Muchas personas pueden acceder a informaciones de conocimiento mundial en poco tiempo, se pueden realizar transferencias de dinero, hacer compras

o participar de foros en línea, sin necesidad de estar en un lugar específico y sin gastar mucho dinero.

3. Ha causado grandes cambios sociales. En Internet, a través de las redes sociales, se interactúa de forma constante, lo que ha eliminado encuentros personales para largas pláticas; muchas empresas la utilizan como herramienta de negocio, entre otras.
4. Es de fácil uso. Puede ser utilizada por cualquier persona que tenga conocimiento básico de informática si es por medio de un ordenador o más sencillo, si se usa a través de un celular digital.
5. Rápida difusión de contenido. Es una forma conveniente para masificar una información de interés general, ya sea de comercialización, temas de preocupación mundial o realización de campañas para el bien común.
6. Permite la libertad de expresión y la interactividad. Cualquier persona puede dar a conocer sus ideas u opiniones acerca de las informaciones recibidas o que se quiera dar a conocer.

2.3.5.3. Objetivos

Se pueden mencionar algunos objetivos más relevantes de la Internet como son:

1. Dar a conocer las posibilidades que ofrece el avance de las tecnologías para el mejoramiento del nivel de vida de los que requieren el uso de Internet.
2. Comunicar a todas las personas a nivel mundial.

3. Mejorar el acceso y el uso de una Internet sin discriminación, para contribuir a su desarrollo personal y al de sus tareas cotidianas.
4. Capacitar a las personas y grupos, incluso los más marginados y con poco servicio, para crear oportunidades transformadoras en su medio.
5. Ser la herramienta de uso más efectiva para reforzar la interacción, la colaboración y el intercambio de información, que permita el beneficio de los procesos educativos por medio de la aplicación de nuevas tecnologías.
6. Ofrecer información y servicios a acorde a las necesidades de la población.

2.3.5.4. ¿A quién llega la Internet?

Al establecerse el uso de Internet alrededor del año 1985, el uso de este servicio era de selecta cantidad de usuarios que podían adquirir un ordenador; sin embargo, los adelantos tecnológicos permiten que hoy se pueda acceder a Internet no solo desde una computadora de uso fijo en el hogar. Además, el público puede contar con Internet desde sus casas y lugares de trabajo, pero también desde bibliotecas públicas, cibercafés, centros educativos y en muchos parques, plazas que cuentan con señal de Internet gratis, como en el caso de Panamá, que se conoce como *Internet para Todos*.

La mayoría de las personas cuentan con teléfono móvil digital, por lo que pueden obtener Internet de acuerdo a las tarifas que ofrezcan las diferentes compañías telefónicas en Panamá.

El periodista José Antonio Gil de ANP (Agencia de noticias 1/10/2015) publicó en el artículo *Usuarios de internet en Panamá se enfocan en redes sociales* que:

«Los panameños utilizan la Internet, principalmente, para interactuar en las redes sociales y lo hacen mayormente a través de los dispositivos móviles, según reveló un estudio de la encuesta Datanálisis, presentado en el evento “Tendencias digitales 2015: medios sociales con sentido”...En tal sentido, Carlos Jiménez, director de Datanálisis, relaciona el canal de conexión con la elevada venta de teléfonos inteligentes en el mercado panameño. El estudio dio a conocer, además, que alrededor del 53% de la población del país se conecta a Internet, principalmente para publicar fotografías, con predominio de Facebook e Instagram».

(<http://www.anpanama.com/4487-Usuarios-de-internet-en-Panama-se-enfocan-en-redes-sociales.note.aspx>)

Esto quiere decir que más del 50% de la población panameña usa Internet para comunicarse, sin mencionar los usuarios de mensajería de *whatsapp* que es comúnmente usada con tarifas especiales.

2.3.5.5. Ventajas y dificultades en términos de comunicación a) Ventajas

Para este punto, se presenta algunas ventajas que plantea la pedagoga Yolanda Sánchez en el artículo de Internet titulado *18 Ventajas y Desventajas del Uso de Internet*. (Lifeder.com):

1. Da información inmediata. La facilidad que las personas tienen para acceder a Internet a través de diferentes buscadores para así obtener información en segundos.

2. Generaliza los contenidos. Gracias a la gran cantidad de usuarios de Internet, se puede difundir temas de interés general de manera rápida.
3. Elimina las barreras y espacio. A través de Internet se puede establecer comunicación en poco tiempo, las personas pueden estudiar o participar de foros, capacitaciones y diversos estudios que le ahorran tiempo y lo pueden hacer en la comodidad de su hogar; de igual manera, contribuye con la organización de empresas e instituciones.
4. Facilita el acceso al aprendizaje. Internet ofrece páginas informativas y diversos recursos educativos (Videos, imágenes, cursos, talleres, etc.), para apoyar la enseñanza y motivar el aprendizaje de los estudiantes. La educación trata de canalizar esta herramienta para que sirva de utilidad en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
5. Permite el trabajo en línea. Ahora se pueden realizar trabajos de participación en conjunto sin necesidad de estar reunidos en un lugar específico. Todos pueden aportar a un mismo trabajo con solo estar conectados a Internet.
6. Aumenta la comunicación. Hay mayor comunicación y relaciones personales desde cualquier punto de la geografía terrestre, a través de chats, foros, trabajo en línea, entre otros.

(<https://www.lifeder.com/ventajas-desventajas-internet/>)

b) Desventajas

Continuando con lo planteado por Yolanda Sánchez de la Universidad de Sevilla (ilifeder.com), se destaca las siguientes desventajas del uso de Internet como medio de comunicación:

1. Problemas de privacidad de información. Existe el riesgo de que la información personal que se tenga en Internet pueda ser usada por otras personas para fines ilícitos e incluso pueden causar daño.
2. Poca veracidad de contenidos. Debido a la libertad que existe para publicar muchos datos en Internet, resulta ser que toda la información que se encuentra no siempre es veraz, por lo tanto, hay que aprender a distinguir los portales y páginas que sean confiables.
3. Crea adicción. Se dice que las personas que ocupan mucho tiempo interactuando a través de este medio de comunicación, pueden sentir cierto grado de dependencia. Esto puede provocar que el usuario sienta la necesidad de conectarse a Internet, aunque no sea necesario.
4. Empeora la comunicación familiar. Desde los más pequeños hasta los adultos, cuentan con celulares en las casas; ocupan gran parte del tiempo en videojuegos o en redes sociales y las pláticas en el hogar se reducen cada día, porque no hay espacio para compartir en familia.
5. Capacidad para distinguir el mundo real de lo irreal. En muchos casos, los menores no tienen la capacidad para distinguir qué contenido o información que reciben es real o no, por lo que se crean una idea de que el mundo es como lo perciben en la Internet.

2.3.5.6. Efectos que causa

La página de Internet titulada: *Promoción y educación para la salud*, publicó el artículo: *Riesgo de un mal uso de Internet (22/3/2013)* en el que se destaca que:

«Según un estudio sobre conductas adictivas en Internet financiado por la Comisión Europea y realizado en 7 países europeos (Grecia, Alemania, Holanda, Islandia, Polonia, Rumania y España), el 21,3% de los adolescentes españoles presentan indicios de desarrollar una conducta adictiva a Internet debido al tiempo que pasan en la Red, frente al 12,7% de media europea».

(<http://blogs.murciasalud.es/edusalud/2013/03/22/riesgos-de-un-mal-uso-de-internet/>)

La Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que uno de cada cuatro personas sufre algún trastorno de conducta vinculado con adicciones sin sustancias. Esto quiere decir, que el uso excesivo de Internet puede causar estos trastornos. La Internet puede causar problemas de *ciberbuying* (agresión física, emocional hacia una persona), acoso sexual, entre otros; sobre todo a menores de edad.

Los autores Kats y Rice en su libro: *Consecuencias sociales del uso de Internet*, (2006, páginas 29 y 30), plantean dos versiones contrastadas:

- La distópica. Atribuyen al uso de Internet un muchos aspectos negativos como son: «*Limita el discurso, limita los contactos sociales, destruye las culturas locales e indígenas, incita el abuso de menores, reduce la capacidad de producción intelectual, conduce al aprendizaje por pura memorización...*»
- La utópica. Conceden a la Internet todos los beneficios de comunicación y contribución al avance de la cultura y sociedad. Por ejemplo: «*Ofrece más*

oportunidades de participación; elimina barreras geográficas, de clase social, entre otras; enriquece la producción cultural, ayuda a los usuarios jóvenes a desarrollar su identidad y a adoptar los roles de adulto en relaciones sociales, reinstituye la escritura y la correspondencia, entre otros».

- Realidades sintópicas. La posición de Kats y Rice ante los planteamientos anteriormente resaltados, es que ambas posiciones son exageradas, al expresar:

«Si bien Internet nos permite concentrarnos exclusivamente en lo que nos interesa y, en cierto sentido, nos aísla de determinadas personas o grupos, nos pone en contacto con otros y nos permite crear una serie de vínculos emocionales y sociales integradores».

2.3.5.7. Datos útiles

Desde el año 2005, cada 17 de mayo, algunos países celebran el Día de Internet. En este día se realizan programas para enaltecer a este sistema de comunicación.

El periódico *La Estrella de Panamá* (29/11/2016) publica que:

«Para el año 2019, el 80% de la población panameña deberá estar conectada con la Red Nacional de Internet Gratuito (RNI), de acuerdo con la Agenda Digital Panamá, de Plan Estratégico de Gobierno 2014-2019. Actualmente, la RNI cuenta con 850 puntos de Wifi gratuitos a nivel nacional, pero, se espera aumentar para el próximo año los puntos de cobertura hasta los 1,360, que darán acceso a internet inalámbrico gratuito a las áreas más apartadas del país, a una velocidad de 2Mbs, señaló esta semana el secretario de Innovación Gubernamental Irvin Halman...»

(<http://laestrella.com.pa/panama/nacional/80-panamenos-tendra-internet-gratis/23973635>)

Esto indica que este medio de comunicación será usado por una mayor población en Panamá.

2.3.6. La prensa

2.3.6.1. Definición

El Diccionario de la Real Academia Española define prensa como: «*Conjunto o generalidad de las publicaciones periódicas y especialmente las diarias*».

(<http://dle.rae.es/?id=U2brOEw>).

Estas publicaciones pueden ser diarias, mensuales o anuales, las cuales buscan transmitir información actualizada y de interés al público.

Con la invención de la imprenta, fue el primer medio de comunicación de masas; más tarde, con el desarrollo de las nuevas tecnologías, se dio origen a la prensa digital, también conocida como *ciberperiodismo*, que es una forma de comunicación social en la que se da a conocer información periodística a través de la Internet.

2.3.6.2. Características

En la elaboración de un periódico es importante resaltar, que su proceso encierra los siguientes aspectos: recolección de información, elaboración del planillo, selección de noticias, elaboración de textos, montaje de la página, impresión y distribución.

Cada medio establece su propio estilo para elaborar las noticias; sin embargo, el lenguaje periodístico se caracteriza por los siguientes aspectos: claridad, sencillez y naturalidad. Además, se debe evitar los tecnicismos, vulgarismos y extranjerismos. Por otro lado, se apoya de códigos visuales que ayudan a hacer más llamativo y nutren los textos, tales como: fotografías, dibujos, gráficas, mapas, entre otros.

El periodista es un mediador entre los lectores y la información, por esto, debe contar con una amplia preparación en informática, entender las lenguas en que se crea la información, capacidad de observación y de narración.

El periódico es usado para informarse de las noticias actuales y de interés social que presenta, sin embargo, tiene fines publicitarios por su permanencia, ya que llega a muchas personas.

2.3.6.3. Objetivos

La prensa tiene los siguientes objetivos sociales básicos:

1. Favorecer la convivencia y la cultura entre los pueblos y su mutuo conocimiento.
2. Recolectar, redactar y publicar información reciente y de interés para todos.
3. Poner la información a disposición de la mayor cantidad de personas.
4. Propiciar el análisis de diversos temas, mejorando el fortalecimiento de la democracia.
5. Contrastar noticias y opiniones y crear el diálogo.

2.3.6.4. ¿A quién llega la prensa?

Actualmente, existen en el país alrededor de nueve diarios, entre los más reconocidos son: La Crítica Libre, El Siglo, Mi Diario, La Estrella de Panamá, La Prensa, Panamá América, Metro Libre, Hora Cero y Día a Día.

El costo de estos periódicos se hace accesible a una gran cantidad de personas a nivel nacional, los cuales varían su contenido dependiendo de su estructura en noticias nacionales e internacionales, artículos de opinión, economía, farándula, deportes, entre otros; estos buscan que las personas lean lo que más les interesa diariamente, para estar informados.

En el año 2010, la *Firma Internacional de Auditoría (KPMG)*, después de realizar la certificación de diarios en circulación, determinó al periódico *Mi Diario* como el más vendido con 48 mil 227 ejemplares diarios que se venden de lunes a sábado y 38 mil 495 los domingos. Estas cifras nos permiten ver la cantidad de personas que se mantienen informados a través de este medio masivo de comunicación, sin contar la venta de otros diarios.

2.3.6.5. Ventajas y dificultades en términos

de comunicación

a) Ventajas

La prensa escrita posee las siguientes ventajas frente a otros medios más modernos:

1. El costo es accesible a toda la población.

2. Contribuye a una mayor duración de la noticia, ya que al quedar por escrito puede releerse la noticia.
3. Ofrece mayor dimensión de las noticias, porque se puede ampliar contenidos, profundizar o detallar acontecimientos.
4. Posee gran cobertura, puesto que puede llegar a todos los grupos raciales, etnias, no importando el nivel social.
5. Tienen mayor aceptación por la credibilidad que se le otorga, a diferencia de otros medios.
6. Posee alta calidad en la redacción, porque se cuida la ortografía a diferencia de otros medios masivos de comunicación.
7. Es un medio muy puntual, ya que debe elaborarse en un periodo muy corto.

b) Desventajas

1. Los periódicos tienen una utilidad limitada, por la necesidad de actualizar la información presentada.
2. Presentan mucha información y dedican mucho espacio a la publicidad.
3. La competencia con los diferentes diarios escritos y con la prensa digital aumenta.
4. Después de ser leídos se acumulan y no son reutilizados por muchas personas. Requieren espacios para almacenarlos, por lo que muchos prefieren los medios digitales.

5. Solo puede hacer uso de la palabra escrita e imágenes y se limita el uso de audio e imágenes en movimiento, por lo que es más difícil la creatividad en los mismos.
6. Desafía a la población de Panamá que no tiene el hábito de la lectura.

2.3.6.6. Efectos que causa

Leer un periódico alimenta la cultura, ofrece información actualizada y permite aprender sobre algún tema determinado. Cada periódico tiene su propia ideología, por lo que el lector debe desarrollar el espíritu crítico ante diversos hechos o temas de opinión.

Al leer se puede volver a hacerlo para entender, reflexionar sobre lo leído y para encontrar otros sentidos, por lo que el proceso de análisis que se realiza al leer una información periodística es enriquecedor.

Sin embargo, los avances en la tecnología han transformado la lectura, sobre todo en los adolescentes. Actualmente, los medios audiovisuales cautivan la atención de las personas por ser atractivos y prefieren más estos medios que los impresos, aunque al leer periódicos o revistas sea más provechoso, pues se considera que desarrolla procesos mentales y no causa daños en los ojos por reflejos de la luz.

Muchos adolescentes no leen periódicos y otros, que sí abren las páginas de un diario, es para ver la sección de publicidad, ya que son atraídos por la moda actual. Por otro lado, los periódicos en Panamá, últimamente utilizan un vocabulario e imágenes que reflejan una sociedad vulgar, los cuales son aceptados e imitados por

muchos, por lo que produce un aprendizaje negativo. Se puede observar imágenes de mujeres con poca vestimenta y palabras en titulares que no son correctas y menos si llegan a las manos de un niño.

2.3.6.7. Datos útiles

En cuanto al uso correcto del idioma en este medio de comunicación masiva, en el libro *El idioma español en las agencias de prensa* (1990, página 179) se resalta el aporte de José Do Santos de Prensa Latina (Cuba): «*La Prensa Latina, en su carácter de agencia internacional latinoamericana, con sede en Cuba, ha tenido desde sus orígenes el desafío de llevar sus mensajes a usuarios no solo de diversos países, sino incluso de variados hábitos y demandas de información.*

En ello, el uso de un lenguaje directo, claro y sencillo, desprovisto de modismos y regionalismos, ha estado en el centro de nuestra preocupación idiomática una aspiración sobre la cual ejercemos sistemática vigilancia y cuyos logros nunca estamos plenamente satisfechos».

El periódico Panamá América, en un artículo titulado *Panameños prefieren más periódicos que libros* (15/3/15) hace alusión a una encuesta sobre lectoría en el país, realizada por la expresidenta de la Cámara Panameña del Libro, Priscilla Delgado y otra investigación que llevó a cabo el profesor José del Cid, la cual conformó un libro de más de 100 páginas denominado *Prefacio de bibliotecología y lectura en Panamá*, con la autoría de ambos.

Dicho estudio demuestra: «*Que el panameño promedio no lee libros; lo que más lee son periódicos, reveló Delgado, quien lidera la Fundación Leer y presidió las*

primeras ferias internacionales del libro que se realizaron en Panamá... Al menos un 43% de los consultados dijeron que leen libros esporádicamente, un 30% asegura hacerlo todos los días y otros 27% manifiesta que tiene algún contacto con un libro quincenalmente».(<http://www.panamaamerica.com.pa/dia-d/panamenos-prefieren-mas-los-periodicos-que-los-libros-967964>)

2.4. Efectos de las teorías de comunicación de masas

Antes de hablar de los efectos de las teorías de la comunicación de masas, se debe conocer las tres orientaciones de la teoría de la comunicación:

1. La teoría matemática. Se basa en un mensaje que se codifica a través de diversas señales llevadas por un transmisor, luego, un destinatario lo decodifica para recuperar el mensaje original.
2. La teoría sociopsicológica. Estudia los códigos y redes que se usan para comunicarse. Se preocupa por las personas que codifican el mensaje y las que decodifican.
3. La teoría lingüística. Se fundamenta en el estudio y análisis del lenguaje. El emisor transmite el mensaje con un determinado propósito. Esta teoría se preocupa por lograr que el receptor responda a la información recibida.

Las personas encuentran diferentes maneras para comunicarse, pero la comunicación de masas involucra la posibilidad de transmitir mensajes e información a millones de personas al mismo tiempo, de allí su carácter universal o global.

Por ello, es necesario hacer énfasis en la comunicación de masas y sus efectos según algunos estudiosos, las cuales se puntualizan a continuación:

2.4.1. Teorías de impacto directo

Es importante destacar las teorías que sostienen que los mensajes producen un impacto directo en los receptores. Para ello, se ha considerado el libro *Historia de las teorías de la comunicación* (1997) de los autores Armand Matterlart y Michéle Matterlart.

2.4.1.1. Teoría de la aguja hipodérmica

Esta teoría fue elaborada por el norteamericano Harold Lasswell (1902-1978), considerado el pionero en teorías de la comunicación, quien visualiza esta teoría desde la premisa de un estímulo respuesta, que desarrolla una relación de causa – efecto. Según la psicología conductista, por ejemplo: Un mensaje transmitido por un programa de televisión (causa), origina un cambio directo (efecto) en las actitudes, opiniones o conductas de los receptores. Supone un impacto directo sobre las masas que reciben: imágenes, videos, propagandas, discursos, entre otros.

Laswell se basa en la fórmula del paradigma de análisis sociopolítico en 1948:

«¿Quién dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efecto?» analizada de la siguiente forma:

Quién: Se considera al emisor, ya sea un periodista o las agencias periodísticas o publicitarias.

Dice qué: El mensaje en sí.

A través de qué canal: Los medios que se utilizan para transferir el mensaje.

A quién: Es el receptor o la masa (muchas personas).

Con qué efecto: Es el impacto que causa o estímulo que contiene un mensaje.

2.4.1.2. Los medios como creadores de estereotipos

Walter Lippmann (1889-1974); Periodista, comentarista político, crítico de medios y filósofo estadounidense, paralelamente a los aportes de Laswell, destaca la importancia de los medios de comunicación en la opinión pública.

Considera que los medios crean realidades a través de estereotipos, es decir, que desarrollan temas de interés general, mas reducen las realidades para que el receptor pueda entender; tales pormenores los hacen basados en estereotipos (percepción exagerada o simplificada sobre personas o cosas) que las personas fácilmente comprenden.

Lippmann discurre entonces, que al elaborar estos estereotipos, se está cambiando la realidad misma y los usuarios de estos medios aceptan lo que reciben como si fuera todo real y no como una parte o apreciación de los medios.

2.4.2. Teoría del conductismo o de los efectos limitados

Se continúa considerando lo planteado en el libro *Historia de las teorías de la comunicación* (1997) de los autores Armand Matterlart y Michéle Matterlart.

Su principal representante es el sociólogo Paul F. Lazarsfeld y surgió durante la década de los años cuarenta del siglo XX, para corregir la teoría de la aguja hipodérmica planteada por Laswell.

Según esta teoría, la sociedad puede elegir la información que emiten los medios de comunicación y analizarla. Sostiene que los efectos que se le habían atribuido a los medios estaban limitados o dependían de los cambios psicológicos de cada individuo o su contexto social. Cada persona, dependiendo del grupo social al que pertenece y la forma en que valore los mensajes recibidos, estos pueden influir hasta cierto sentido en el receptor, que también puede distinguir la realidad de lo que recibe de los medios.

Dicho de otra manera, los medios transmiten información de acuerdo a las necesidades del público, pero es el receptor quien decide si recibirla o no, si el mensaje es atractivo o no.

Sustenta que las relaciones interpersonales influyen más que la comunicación masiva. Lazarsfeld señala que la comunicación masiva se produce en dos etapas:

1. Cada persona pone atención a los mensajes de los medios.
2. La forma en que se valora cada información recibida está al margen de la opinión que tengan las personas sobre diversos temas, es decir, que poseen un mando sobre lo planteado.

2.4.3. Teoría crítica

En 1970 aparece una nueva teoría creada por Max Horkheimer, Theodor Adorno y Jürgen Habermas, quienes basaron su estudio en las personas que controlaban los *mass media* (medios de comunicación de masas) y la comercialización del sistema de comunicación; esto, según el libro citado en el aspecto anterior.

El principal aporte de esta teoría es el de Jürgen Habermas, pues considera que el replanteamiento de la teoría crítica de la sociedad debe realizarse desde la perspectiva del lenguaje, ya que desde allí se puede indagar acerca de los procesos intersubjetivos en los que se genera una acción. Por lo tanto, se debe tomar en cuenta la acción comunicativa o lo que sería un acto del habla en la que el receptor decodifica el mensaje, reflexiona y analiza para elaborar lo que considera como real.

2.5. La lingüística

Según el *Diccionario de la Real Academia Española* (2008, página 1384), la lingüística es «*la rama de los estudios lingüísticos que se ocupa de los problemas que el lenguaje plantea como medio de relación social, especialmente de los que se refieren a la enseñanza de idiomas*».

El escritor Eugenio Coseriu, en su libro *Introducción a la lingüística* (1986, página 11) define la lingüística como «*la ciencia que estudia desde todos los puntos de vista posible el lenguaje humano articulado, en general y en la formas específicas en que se realiza, es decir, en los actos lingüísticos y en los sistemas de isoglosas, llamados lenguas*».

2.5.1. Campo de estudio

Consuelo Yanéz Cossío en su libro *Una introducción a la lingüística* (2007, página 49) considera que «*La lingüística se ocupa de estudiar procedimientos para analizar una lengua o más lenguas, de conocer su funcionamiento, saber cómo se organiza, cómo se relacionan entre sí los elementos que la componen, cómo se adquiere una lengua, cuál es su función en la sociedad*».

La lingüística estudia el lenguaje, estudia tanto la estructura de las lenguas como los aspectos vinculados con ellas y con su evolución histórica. De esta forma, sus disciplinas de estudio son: Semántica, lexicología, morfología, sintaxis, fonología, fonética.

Algunas ciencias complementarias son: Semiótica, pragmática, geolingüística.

La lingüística también se relaciona con otras ciencias tales como la antropología, para estudiar las culturas; se relaciona con la sociología al indagar sobre la relación de una lengua con la sociedad; con la filosofía, al estudiar los significados de las palabras; con la psicología, cuando el estudio involucra a la persona.

2.5.2. Corrientes

2.5.2.1. Generativa

El generativismo surgió en Estados Unidos en 1960, como una corriente lingüística. Noam Chomsky creó la gramática generativa como un método para analizar el lenguaje, a través del estudio lingüístico de la sintaxis, con la que se dio un nuevo giro a la perspectiva y métodos de investigación en el estudio del lenguaje; por tal razón, se llegó a considerar a la lingüística como una ciencia moderna.

Con esta corriente, surge una explicación más profunda del lenguaje, es decir, que por ejemplo, el cerebro humano puede generar una cantidad infinita de construcciones sintácticas al interpretar, de diversas formas, un número finito de reglas y unidades.

Esta escuela se opone al estructuralismo que le había antecedido, se retoma la concepción psicológica del lenguaje que se había tenido en los siglos XVII Y XVIII, concediendo valor a las facultades mentales frente a la comunicativa en que se basaba el estructuralismo.

El generativismo manifiesta lo siguiente:

- Oposición metodológica a lo que sostiene el conductismo.
- El lenguaje no se logra por la formación de los hábitos.
- Toma en cuenta datos de la semántica como parte del estudio.
- Indaga un criterio que evalúe diferentes gramáticas.
- La meta de investigación es vista como la búsqueda de universales lingüísticos.

En resumen, las aportaciones más relevantes del nuevo modelo lingüístico de Chomsky se basan en tres ejes:

- a) En la suposición de ideas esenciales en el hombre.
- b) La diferencia y relación entre competencia lingüística –actuación (acto del habla).
- c) El estudio de las relaciones entre sintaxis y semántica.

2.5.2.2. Funcionalista

El funcionalismo es una corriente que surge en Inglaterra en el año 1930, en las ciencias sociales, básicamente en la sociología y la antropología social. Sus principales representantes fueron: Émile Durkheim, Talcott Parsons, Herbert Spencer y Robert Merton. Sus trabajos están centrados en la comunicación de

masas, la teoría de los efectos limitados y la teoría matemática de la comunicación, entre otros.

Estudia la sociedad, dejando a un lado su historia y tomando en cuenta los elementos presentes para tratar de comprender cómo se relacionan sus partes para formar un todo. De esta forma, el funcionalismo propone una observación minuciosa de cada elemento de la sociedad, en oposición al estructuralismo, en el cual se estudiaba el conjunto de elementos que representan un problema.

La corriente funcionalista se ha llegado a estudiar como el modelo de las ciencias de la comunicación, por medio de los aportes teóricos y prácticos a la comunicación social.

El funcionalismo se convirtió en una doctrina de pensamiento lingüístico y sus máximos representantes son: André Martinet y Roman Jakobson, a quienes se les consideran los herederos de la Escuela de Praga, donde surge esta corriente.

El funcionalismo lingüístico considera entonces, que la lingüística debe basarse en el estudio de las funciones que cumplen los elementos, clases y mecanismos que intervienen en una lengua. Además, los funcionalistas consideran que al estudiarse la lengua se debe dar un valor descriptivo y explicativo al mismo tiempo.

Los estudios funcionalistas tratan de explicar la forma cómo se comunican los usuarios de una lengua; para ello, en primer lugar, se debe analizar cada estructura gramatical y los elementos lingüísticos que participan en un acto comunicativo, de forma individual y como parte de un todo; en segundo plano, se necesita realizar un análisis de los contextos en los que estos elementos se presentan, o sea, en las

múltiples situaciones comunicativas. De esta forma, el funcionalismo se contrapone al estructuralismo y el formalismo, ya que estos no estudian el contexto comunicativo para entender el funcionamiento de las estructuras de una lengua.

2.5.3. Ramas

De acuerdo con el objeto de estudio de la lingüística, se pueden mencionar diversas ramas; en esta investigación se destacan dos grandes ramas:

_ La sociolingüística y

_La normativa.

2.5.3.1. La sociolingüística

Esta disciplina surge en 1972, con la publicación de *Sociolinguistic Patterns* de William Labov, en el que muestra el rechazo al formalismo que había originado el generativismo. Cuestionó la división de competencia y actuación planteada por Noam Chomsky, ya que afirmaba que no se podía aislar el sistema de la lengua de su realización.

La sociolingüística es una rama de la lingüística que se encarga del estudio de los distintos elementos de la sociedad que intervienen en el uso una lengua, como son las normas culturales y el contexto en el que se manifiestan los hablantes, de allí que la sociolingüística analice la lengua como un conjunto de signos vistos desde su contexto social, estableciendo una correlación entre el comportamiento lingüístico y el contexto social de las distintas situaciones en las que se da la acción comunicativa.

Su estudio radica en todos los aspectos que relacionan el lenguaje con la sociedad. Se centra en los factores sociales (edad, sexo, nivel social, entre otros) que puedan influir en la variación de una lengua. Toma en cuenta los hablantes, su interacción, el código usado y el medio en que se da el acto del habla.

Se puede hablar de sociolingüística cuantitativa, sincrónica y sociolingüística histórica o diacrónica. La primera, estudia la variación lingüística y el cambio lingüístico; la segunda, sincrónica, se basa en la estructura lingüística y las variaciones lingüísticas, dependiendo de las situaciones comunicativas y de las actitudes de los hablantes y la tercera, estudia el cambio lingüístico, la adquisición y difusión de las lenguas.

La investigación puede dirigirse hacia tres aristas: el de la sociolingüística variacionista, que estudia la variación lingüística ligada a distintos factores sociales; hacia la sociología del lenguaje, que estudia la influencia de la sociedad en el uso de una lengua y el de la etnografía de la comunicación, que toma en cuenta el contexto en el que se desenvuelven los hablantes, es decir, que se debe conocer las reglas sociales, culturales y psicológicas que rigen el uso del lenguaje en determinados contextos.

2.5.3.2. Normativa

El escritor Eugenio Coseriu, en su libro *Introducción a la lingüística* (1986), hace referencia a la gramática normativa: «es la gramática hecha con finalidades didácticas, es decir que señala un “modelo” de lengua, clasificando formas y construcciones en “correctas” e “incorrectas”».

La normativa presenta un lenguaje reconocido o una variedad estándar como modelo para el uso de todo hablante, ya sea de forma oral o escrita, es decir, lo que establece la gramática tradicional. Tiene gran importancia para poder mantener la unidad de la lengua.

En España y en Latinoamérica, a pesar de que se habla el español como idioma oficial y que en estos países se comparte las mismas reglas morfológicas y sintácticas, existen diferencias en el léxico, por esta razón, los lingüistas han desarrollado esta corriente conocida como prescriptivismo o normativismo, de tal manera, que se establezcan normas de cumplimiento obligatorio para cualquier hablante de una lengua en cualquier región o país.

En el idioma español, el ente encargado de vigilar que se cumpla la norma estándar o culta, es la Asociación de Academias de la Lengua Española y como parte de esta, es la Real Academia Española (RAE) la que marca las directrices o normas de uso de los signos que componen la lengua.

Este modelo se opone a la gramática descriptiva, la cual da importancia al uso real que se le pueda dar a una lengua.

2.6. Pedagogía comunicativa del lenguaje

El término competencia nació en el ámbito educativo con Noam Chomsky en 1965. Chomsky afirma que el ser humano adquiere reglas gramaticales a las cuales llamó competencias. De esta manera, esta expresión cobra fuerzas en las teorías de la comunicación, al tomar en cuenta las capacidades y conocimientos lingüísticos que todo hablante debe tener.

Para enseñar o aprender a hacer buen uso de una lengua se requiere que la persona cuente con algunas habilidades y destrezas que a continuación se presentan.

2.6.1. Competencia comunicativa

La competencia comunicativa se originó con Dell Hymes en 1972. Hymes considera que la competencia comunicativa se relaciona con:

«Cuándo hablar, cuándo no, y de qué hablar, con quién, cuándo, dónde, en qué forma».

([http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/competencia comunicativa.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/competencia_comunicativa.htm)).

La autora Marín Marta en su libro: *Conceptos claves: Gramática, lingüística, literatura* (1997, página 25), presenta la siguiente explicación de lo que comprende la competencia comunicativa:

«Término empleado por la sociolingüística para referirse a los conocimientos y aptitudes necesarios para que un individuo pueda utilizar todos los sistemas de signos de su comunidad sociocultural.

Se trata del conocimiento de las reglas psicológicas, culturales, sociales y lingüísticas que rigen en su cultura. Incluye la competencia lingüística en cuanto esta es el conocimiento del léxico y de las reglas combinatorias de una lengua, pero va más allá de ella en cuanto es el conocimiento del uso apropiado del lenguaje en distintas circunstancias. Incluye la competencia textual y la competencia discursiva, pero va

más allá de ellas porque la comunicación incluye el conocimiento acerca de las estructuras textuales y de la selección del discurso apropiado para la situación comunicativa».

Debido a que hay diferencias entre competencia comunicativa y competencia real, se observa lo que dice el *Centro Virtual Cervantes* en su publicación *De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje*:

«Es importante subrayar de nuevo que la competencia comunicativa se refiere tanto al conocimiento como a la habilidad para utilizar este conocimiento cuando se participa en una comunicación real.

El conocimiento hace referencia aquí a lo que uno sabe (consciente o inconscientemente) sobre el lenguaje y sobre otros aspectos del uso comunicativo del lenguaje; la habilidad hace referencia a lo bien o mal que se utiliza este conocimiento en la comunicación real».

De esta manera, la competencia comunicativa requiere de cuatro áreas de conocimiento y habilidad, es decir, de ciertas competencias: gramatical, sociolingüística, discursiva y estratégica.

2.6.1.1. Competencia lingüística

Fue acuñada por Noam Chomsky. Esta competencia se refiere al dominio del código de una lengua, ya sea verbal o no verbal. Para desarrollar esta competencia se necesita el conocimiento y la habilidad para expresar adecuadamente el sentido preciso de lo que se dice.

Por lo tanto, las subcompetencias de la competencia lingüística son: contexto proposicional, morfología, sintaxis, fonética, fonología y semántica. Es decir, que todo dependerá de la habilidad del hablante para hacer uso de los diferentes niveles de la lengua:

- Nivel fónico. Encierra los elementos prosódicos de la lengua: entonación, pronunciación, ritmo y acento.
- Nivel léxico-semántico. Es la utilización de unidades léxicas.
- Nivel gramatical. Es el uso de estructuras morfosintácticas, sintácticas y su interrelación.

2.6.1.2. Competencia sociolingüística

Esta competencia consiste en la habilidad para producir e interpretar algún enunciado adecuadamente en distintos contextos sociolingüísticos dependiendo de los factores externos como: la situación real de los hablantes, las normas de interacción, entre otros.

Las subcompetencias sociolingüísticas son: reglas de interacción social, modelo *Speaking* de Hymes, competencia interaccional, competencia cultural.

El Centro Virtual Cervantes en su publicación: *De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje* manifiesta que en esta competencia:

«La adecuación de los enunciados está relacionada con la adecuación del significado y la adecuación de la forma. La adecuación del significado tiene que ver con el alcance hasta el cual funciones comunicativas determinadas (por ejemplo, ordenar,

quejarse e invitar), actitudes (incluyendo la cortesía y la formalidad) e ideas son juzgadas como características de una situación dada... La adecuación de la forma trata de la medida en que un significado dado (incluidas funciones comunicativas, actitudes y proposiciones/ideas) se representa por medio de una forma verbal y/o no verbal que es característica en un contexto sociolingüístico».

2.6.1.3. Competencia discursiva

Según el *Marco común europeo de referencia para las lenguas*, la competencia discursiva es la: *«capacidad que posee el usuario o alumno de ordenar oraciones en secuencias para producir fragmentos coherentes de lengua».*

(cervantes.es/Ensenanza/Biblioteca_Ele/marco/cvc_mer.pdf)

La competencia discursiva es la destreza que posee una persona para unir diversas formas gramaticales y darle un significado a lo que se ha estructurado, a través de diversos tipos de textos, llámense narrativos, documentos administrativos, ensayos, entre otros. Esta competencia es la que garantiza que el texto tenga unidad en sus estructuras gramaticales (cohesión) y un significado lógico (coherencia).

La cohesión y la coherencia no pueden estar separados de un texto, constituyen la base de la competencia discursiva y esta capacidad se consigue cuando el hablante haya logrado producir y procesar textos cohesionados y coherentes.

Pueden considerarse las siguientes subcompetencias de la competencia discursiva: competencia funcional o de intención, implicatura basado en el principio de cooperación y presuposición.

2.6.1.4. Competencia estratégica

El *Centro Virtual Cervantes*, en el artículo mencionado anteriormente, plantea que:

«Esta competencia se compone del dominio de las estrategias de comunicación verbal y no verbal que pueden utilizarse por dos razones principalmente: (a) compensar los fallos en la comunicación debidos a condiciones limitadoras en la comunicación real (por ejemplo, la incapacidad momentánea para recordar una idea o una forma gramatical) o a insuficiente competencia en una o más de las otras áreas de competencia comunicativa; y (b) favorecer la efectividad de la comunicación (por ejemplo, hablar de forma lenta y baja deliberadamente con una intención retórica). Por ejemplo, cuando uno no recuerda una forma gramatical concreta, una estrategia compensatoria que puede usarse es la paráfrasis. Por tanto, si un aprendiente no sabe el término inglés «estación de tren» puede intentar una paráfrasis como «el lugar al que los trenes van» o «el lugar para los trenes».»

De esta competencia se desprenden las siguientes subcompetencias: personalidad, sociocognición, condicionamiento afectivo.

2.7. La educación superior en la Universidad de Panamá

Según el *Modelo Educativo y Académico de la Universidad de Panamá* (2009, página 52), manifiesta que:

«La Universidad de Panamá está comprometida en una formación integral que asegure a todos los egresados un perfil formativo cónsono con una cultura general y

profesional adecuada a las demandas y necesidades sociales y a las tendencias científicas y tecnológicas de los distintos campos disciplinarios. Para ello se propone estructurar dichos perfiles formativos de acuerdo con dominios de competencia, entendidos como áreas de formación interrelacionadas y pertinentes».

2.7.1. Perfil del egresado

El documento *Modelo Educativo y Académico de la Universidad de Panamá* (2009, página 51) se refiere al perfil del egresado en el punto 3.4. *El Estudiante como Protagonista Principal del Aprendizaje y su Perfil*, en el que se puntualiza que el estudiante egresado:

«6.3.1 Demuestra plena conciencia de su condición personal y profesional para el cumplimiento cabal de su proyecto de vida desde su particular esfera de actuación, cimentado en una conciencia ética y valores morales para la construcción de una sociedad más justa, equitativa y solidaria.

6.3.2. Valora el conocimiento científico como práctica social en permanente construcción, reconstrucción y contextualización y demostrar capacidades para la investigación, dirigida a la búsqueda de soluciones innovadoras a los problemas que aquejan a la sociedad.

6.3.3. Actúa con competencia en el campo profesional de su especialidad, utilizando todos los recursos personales y del entorno para identificar, analizar y resolver problemas de manera crítica, creadora, racional y sostenible.

6.3.4. Demuestra competencias personales y sociales para asumir responsablemente su ejercicio profesional en el contexto de la realidad nacional y las exigencias del mundo globalizado: comunicación... uso crítico y creador de las tecnologías, capacidad para proponer, desarrollar y evaluar soluciones científicas, tecnológicas y humanísticas como expresión de los aportes de su profesión a la sociedad.

6.3.5. Manifiesta actitudes, valores e ideales ciudadanos de vida democrática contribuyendo con su participación social comprometida con las tareas de consolidación del estado nacional independiente, con el desarrollo sostenible, la equidad y la justicia social en el marco de la cultura de paz».

Con el propósito de lograr una formación integral en los estudiantes, cónsona con las exigencias sociales y avances tecnológicos, la Universidad de Panamá plantea estructurar dichos perfiles, de acuerdo a diversas competencias, conocidas como áreas de formación que están conectadas y son pertinentes. Esto quiere decir, que un egresado de la Universidad de Panamá debe contar con las competencias necesarias, para desempeñarse adecuadamente en el mercado laboral.

2.7.2. Competencias comunicativas de los egresados de la Facultad de Comunicación Social

Los estudiantes egresados de la Facultad de Comunicación Social deben contar con habilidades y destrezas en el manejo del lenguaje; por consiguiente, los mismos deben cursar una asignatura conocida como *Introducción a la Comunicación*, en la que se pueden lograr las siguientes competencias.

1. *«Comprende con visión holística el concepto, naturaleza, importancia y objetivo del proceso de la comunicación social como motivo importante en el desenvolvimiento de las relaciones entre los seres humanos.*
2. *Conoce los modelos más importantes que representen el modelo de la comunicación.*
3. *Comprende la importancia de las formas de comunicación para mejor interrelación entre los seres humanos.*
4. *Analiza las diferentes formas de comunicación social.*
5. *Aplica los modelos de comunicación dentro de una organización.*
6. *Conoce las características, funciones y estructura de los medios de comunicación social.*
7. *Identifica la realidad de los medios de comunicación masiva con el propósito de configurar la identidad nacional y la promoción de valores cívicos, éticos, morales y religiosos.*
8. *Valora la importancia de la tecnología de la comunicación en el desarrollo social».* (Programa de la asignatura de Introducción a la Comunicación, Secretaría Académica).

Es importante destacar, que en la carrera de Periodismo y Relaciones Públicas, se imparten cuatro cursos relevantes que son: Introducción a la Comunicación, Lenguaje de la Comunicación, Teorías de la Comunicación I y Teoría de la Comunicación II, los cuales se relacionan con el segundo capítulo de la investigación.

CAPÍTULO 3.

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Los autores Sampieri Hernández, Carlos Fernández y Pilar Baptista en su libro *Metodología de la Investigación* (2006, página 102), sustenta que «Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis».

Esta investigación presenta las características de un estudio de carácter descriptivo, ya que se describe el fenómeno analizado, por medio de situaciones y eventos observados, se llegó a conocer las características de los sujetos de estudio y su comportamiento por medio de los instrumentos usados en esta investigación para la recolección de datos.

3.2. Diseño de investigación

Esta parte constituye el plan o estrategia que toma el escritor para dar respuesta al problema planteado e indica al investigador lo que debe hacer para cumplir sus objetivos, responder a la serie de interrogantes planteadas y analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto particular.

Tomando como referencia a Sampieri, Fernández y Baptista (2006, página 205), el diseño de la investigación puede ser experimental o no experimental. Se considera entonces, que se trata de una investigación no experimental, pues estos autores la definen: «Como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo

que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos».

A su vez, los autores antes citados clasifican los diseños no experimentales, atendiendo a la temporalidad de la recolección de datos en: transeccionales y longitudinales. De esta manera, el estudio es de tipo transeccional o transversal, ya que la recolección de datos se hizo en un solo momento.

3.3. Fuente de información

Para llevar a cabo esta investigación, se consultaron fuentes primarias y secundarias. Es importante resaltar, que se requirió apoyo, tanto material como de personas (sujetos), para recolectar la información necesaria.

Las primarias o directas consisten en: libros, revistas, periódicos, informes con material útil para nutrir la investigación, con datos relevantes sobre el tema en cuestión.

Las secundarias, que comprenden las tesis y programas de estudio de la Facultad de Comunicación Social, la Guía Académica suministrada por Sibiup (Sistema de Bibliotecas de la Universidad de Panamá), entre otros.

3.4. Hipótesis de investigación

Según Hernández Sampieri, Carlos Fernández y Pilar Baptista en el libro *Metodología de la investigación* (2010, página 92), «Las hipótesis nos indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a manera de proposiciones».

Sin embargo, para efecto de esta investigación, se trabaja con base en los objetivos planteados, que permiten tener una perspectiva más clara del problema al final del trabajo investigativo.

3.5. Variable de investigación

Tomando la definición presentada por Sampieri y otros (2010, página 93), la variable es *«una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse»*.

Estos mismos autores clasifican las variables en dependiente e independiente, según su relación de dependencia.

3.5.1. Variable independiente

Es aquella que condiciona y determina un cambio en la variable dependiente, considerada como causal o experimental.

La variable independiente de la investigación: Los medios masivos de comunicación.

3.5.2. Variable dependiente

Esta variable es el fenómeno explicado y se ve afectada por la variable independiente, se le llama también variable de efecto y se usa para medir el problema.

La variable dependiente: El lenguaje oral de los estudiantes.

3.6. Definición conceptual de las variables

Variable independiente: Los medios masivos de comunicación

Luego de observar la variable independiente, esta se puede definir conceptualmente de la siguiente forma: Son herramientas a través de las cuales se puede transmitir señales o mensajes mediante un código común, de forma escrita o audiovisual y que se extiende rápidamente a grupos de personas.

Variable dependiente: El lenguaje oral de los estudiantes.

La definición conceptual de la variable dependiente: Es el acto del habla donde un emisor transmite de forma verbal un mensaje por distintos canales de comunicación a otras personas, que luego se transforman en emisores para que fluya la comunicación.

3.7. Definición operacional de las variables

Variable independiente: Los medios masivos de comunicación

El proceso de operacionalización de la variable independiente permite observar factores medibles o concretos. En este caso se pueden obtener los siguientes indicadores:

1. Dispositivos audiovisuales
2. Canal de comunicación
3. Redes de comunicación
4. Alcance masivo
5. Transmisión de información

Variable dependiente: El lenguaje oral de los estudiantes.

La variable dependiente según sus características, presenta los siguientes indicadores:

1. Registro de la lengua
2. Nivel cultural
3. Grado de estudio
4. Situaciones comunicativas
5. Vocabulario o expresiones

Esto permite analizar el problema planteado de los medios de comunicación y lenguaje de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, el uso que se le da a estos medios, qué medios utilizan, el tiempo que dedican a interactuar con las personas por medio de ellos y a través de los ítems, conocer si utiliza o escuchan algunas incorrecciones del lenguaje.

3.8. Población y muestra

Esta investigación tuvo lugar en el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, específicamente en la Facultad de Comunicación Social, en el primer semestre del año 2017.

3.8.1. Población

La población del estudio la conformaron los estudiantes de la Carrera de Periodismo, que consta de 74 estudiantes.

3.8.2. Muestra

Para la realización de este estudio, se ha escogido una muestra que corresponde a 35 estudiantes de la carrera de Periodismo del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste; los mismos fueron escogidos al azar, de los grupos de I, II, III Y IV año del turno vespertino. Esto representa el 47 % de la población total.

3.9. Instrumentos

En esta investigación es útil la aplicación de encuestas a los estudiantes, que consiste en preguntas dicotómicas, sobre el uso de los medios de comunicación masiva e ítems de selección múltiples, sobre situaciones de vicios del lenguaje comúnmente presentados en estos medios.

Para nutrir la investigación, se realizaron encuestas a algunos facilitadores de la carrera de Periodismo, para recolectar datos sobre la opinión docente acerca del fenómeno en estudio.

CAPÍTULO 4.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS

4.1. Instrumento de investigación

Antes de entrar en la descripción del instrumento utilizado, conviene recordar, qué se considera como análisis de datos. Según Hernández Sampieri y otros (2006, página 419) análisis de datos es: «*Un conjunto de puntuaciones ordenadas en sus respectivas categorías*».

El análisis de datos que resultó de las encuestas en esta investigación, se presenta en cuadros y gráficas circulares que ilustran detalladamente los datos en cuestión expresados en porcentaje. Para la obtención de estos, fue necesario usar un instrumento de investigación.

El instrumento que facilitó la recolección de datos en esta indagación fue la encuesta. A través de las interrogantes formuladas se buscaba obtener información sobre el conocimiento que tienen los estudiantes acerca del tema de los medios de comunicación masiva y su influencia en el habla de cada uno.

Las encuestas fueron aplicadas a alumnos de la Facultad de Comunicación Social, específicamente a 35 estudiantes de la escuela de periodismo. Además, se encuestaron a 5 profesores de los 7 que imparten clases a estos grupos.

4.1.1. Encuestas

4.1.1.1. Encuesta aplicada a los estudiantes y docentes

A continuación se presenta el análisis de las encuestas. Los primeros doce cuadros y gráficas corresponden a los resultados obtenidos de la encuesta a los estudiantes y las siguientes son datos recabados de la encuesta a los docentes.

CUADRO N°. 1

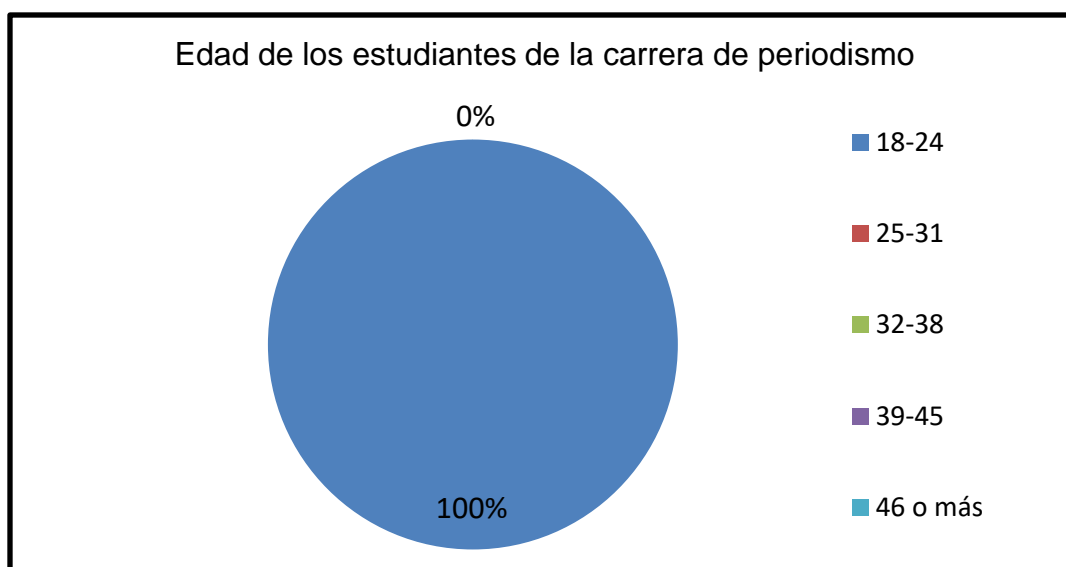
EDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
ESCUELA DE PERIODISMO DEL CRUPO 2017

Edad	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
18 a 24 años	35	100%
25 a 31 años	0	0%
32 a 38 años	0	0%
39 a 45 años	0	0%
Más de 46 años	0	0%
Total	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la Licenciatura en Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

El 100% de los encuestados corresponde a la edad entre 18 a 24 años. Se puede observar que todos son jóvenes, quienes aspiran a ser futuros comunicadores sociales.

GRÁFICA N°. 1

EDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
ESCUELA DE PERIODISMO DEL CRUPO 2017

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 2

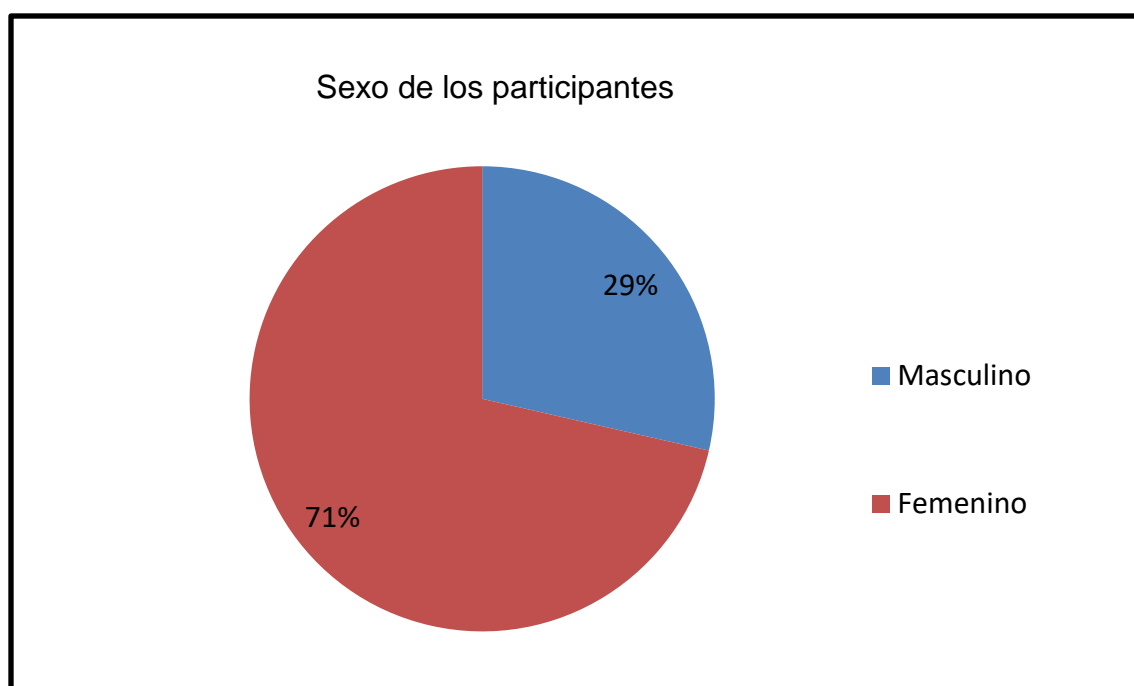
SEXO DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
ESCUELA DE PERIODISMO DEL CRUPO 2017

Sexo	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Masculino	10	29 %
Femenino	25	71 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

De los encuestados, 71% es de género femenino y 29% de género masculino. Es decir, que prevalece el género femenino en la carrera de periodismo.

GRÁFICA N°. 2

SEXO DE LOS ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL,
ESCUELA DE PERIODISMO DEL CRUPO 2017

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 3

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS POR LOS ESTUDIANTES

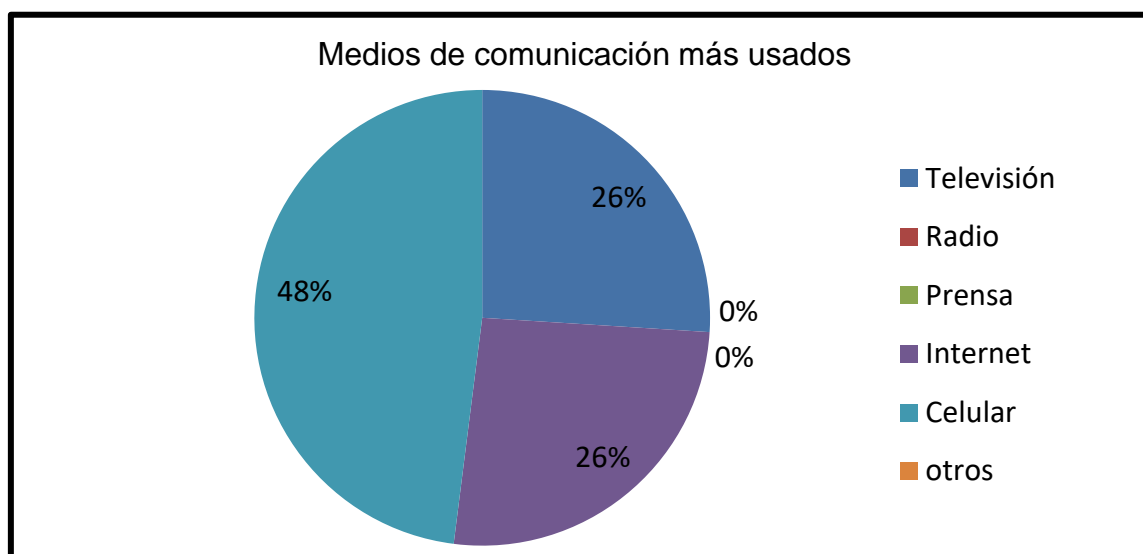
Medios masivos de comunicación	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Televisión	9	26%
Radio	0	0 %
Prensa	0	0%
Internet	9	26 %
Celular	17	48 %
otros	0	0%
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

Los datos obtenidos indican que 48% de los estudiantes encuestados utilizan el celular como medio de comunicación, 26% usa la televisión, otros 26% emplea la Internet y 0 % hace uso de los demás medios de comunicación. De esta manera, se observa que el celular es el medio más usado para comunicarse.

GRÁFICA N.º 3

MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS POR LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 4

VENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE
SELECCIONARON LOS ESTUDIANTES

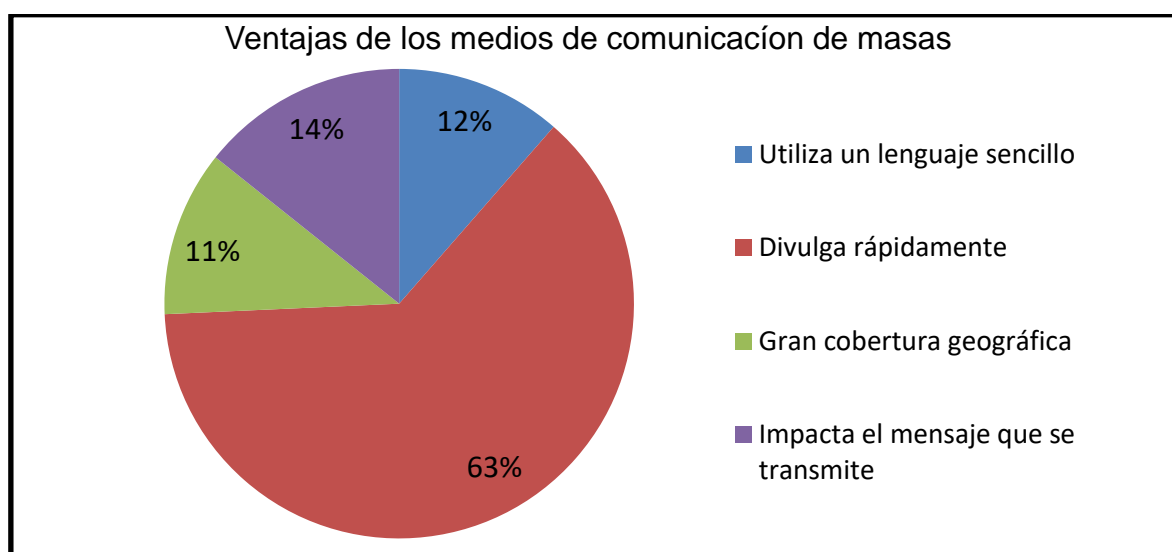
Ventajas	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Utiliza un lenguaje sencillo	4	12 %
Divulga rápidamente	22	63 %
Gran cobertura geográfica	4	11 %
Impacta el mensaje que se transmite	5	14 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

Los resultados señalan que la principal ventaja de los medios masivos de comunicación es que divulga rápidamente, representado por 63% de los encuestados; 14% indica que la ventaja es que impacta el mensaje que se transmite; 11 % menciona que su ventaja radica en la gran cobertura geográfica y 12% sostiene que la ventaja es que utiliza un lenguaje sencillo.

GRÁFICA N°. 4

VENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE
SELECCIONARON LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 201 del CRUPO.

CUADRO N°. 5

DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE SEÑALARON LOS ESTUDIANTES

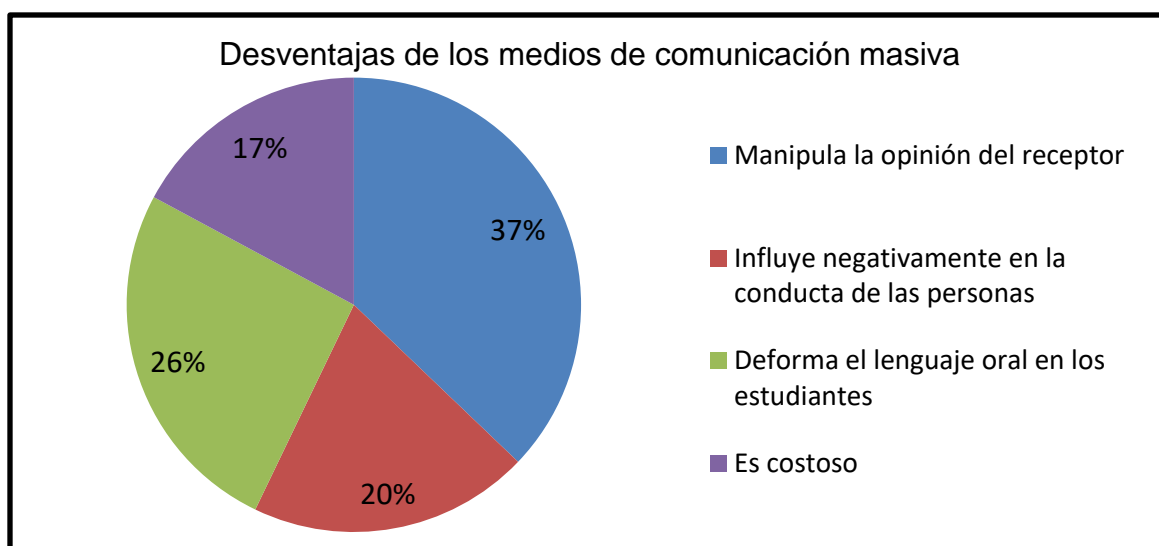
Desventajas	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Manipula la opinión del receptor	13	37 %
Influye negativamente en la conducta de las personas	7	20 %
Deforma el lenguaje oral en los estudiantes	9	26 %
Es costoso	6	17 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

Los datos reflejan que 37% de los estudiantes señalan que la principal desventaja de los medios masivos de comunicación es que manipula la opinión del receptor, 26% demuestra que deforma el lenguaje oral en los estudiantes, 20% indica que influye negativamente en la conducta de las personas y 17 % dice que es costoso.

GRÁFICA N°. 5

DESVENTAJAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE SEÑALARON LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 6

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE MÁS INFLUYEN EN EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES

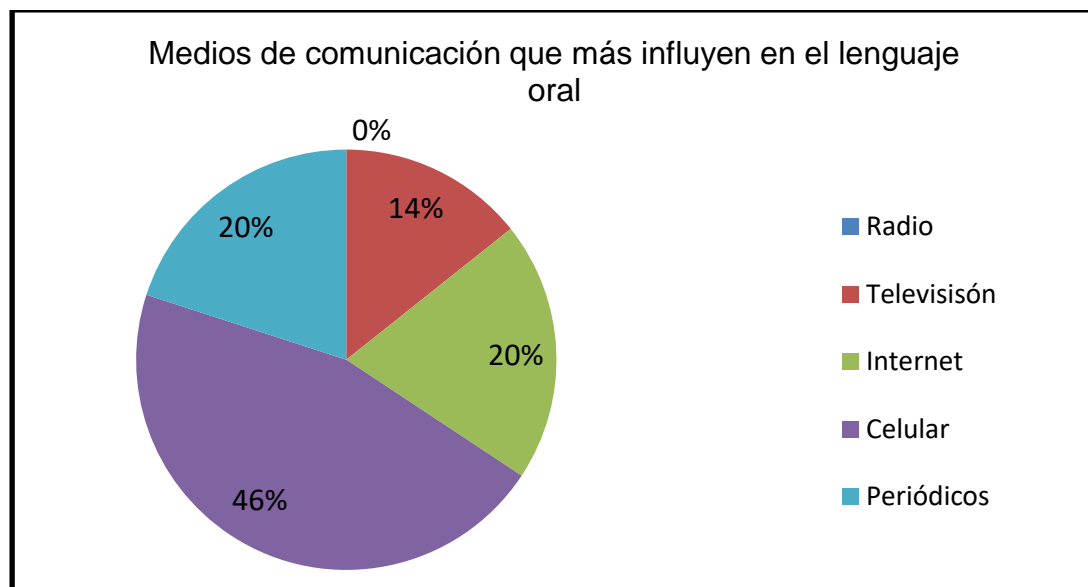
Medios de comunicación masiva	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Radio	0	0 %
Televisión	5	14%
Internet	7	20 %
Celular	16	46%
Periódicos	7	20 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

El 46% de los encuestados indica que el medio de comunicación que más influye en el lenguaje oral de los estudiantes es el celular; en segundo y tercer lugar se ubica la Internet y los periódicos con 20% ambos, 14% señalan que es la televisión y 0% corresponde a la radio.

GRÁFICA N°. 6

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS QUE MÁS INFLUYEN EN EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 7

MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE MÁS INFLUYEN EN LA DEFORMACIÓN DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES

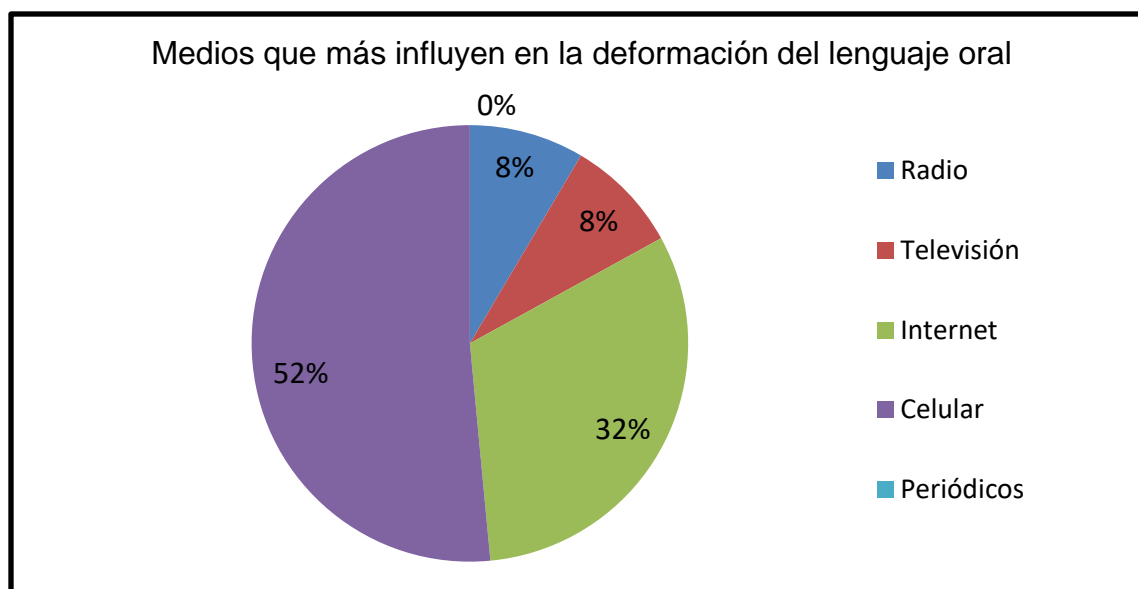
Medios de comunicación masiva	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Radio	3	8%
Televisión	3	8%
Internet	11	32%
Celular	18	52%
Periódicos	0	0%
Total	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

Al considerar la influencia de los medios masivos de comunicación en la deformación del lenguaje oral, 52% indica que es el celular, 32% señala que es la Internet, 8% dice que es la televisión, de igual manera 8% menciona que es la radio.

GRÁFICA N°. 7

MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE MÁS INFLUYEN EN LA DEFORMACIÓN DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 8

DEFICIENCIAS LINGÜÍSTICAS QUE PROVOCA LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES

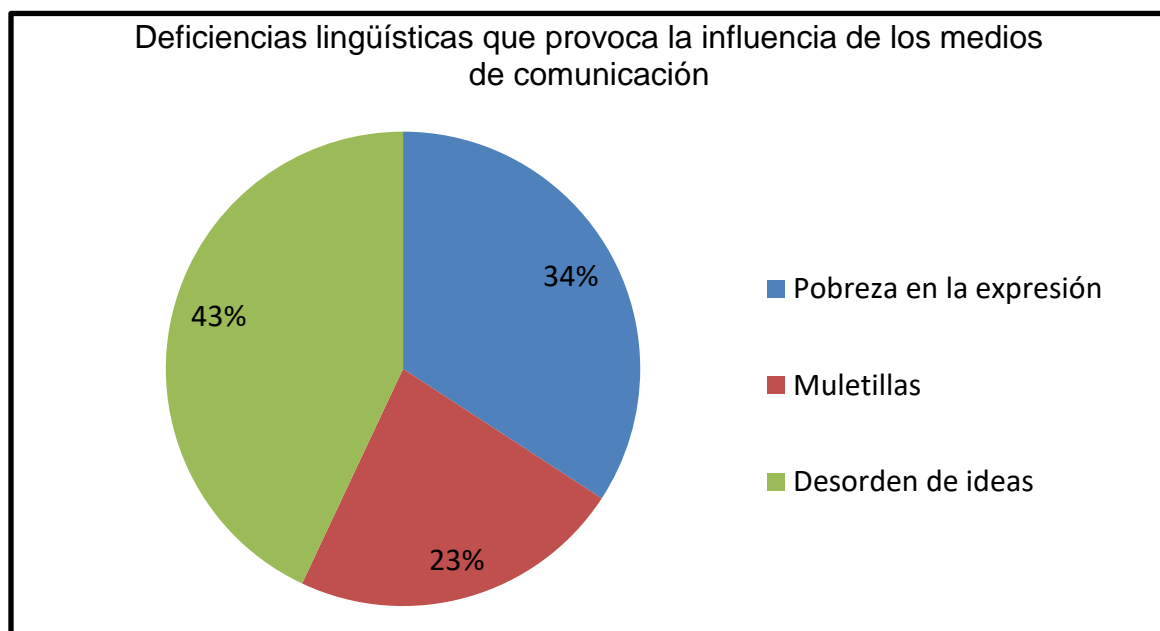
Deficiencias lingüísticas	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Pobreza en la expresión	12	34%
Muletillas	8	23%
Desorden de ideas	15	43%
Total	35	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

Algunas de las deficiencias lingüísticas que provoca la influencia de los medios de comunicación de masas en la expresión oral del estudiante, fueron señaladas de la siguiente manera: 43% supone que provocan desorden de ideas, 34% aduce que causa pobreza en la expresión y 23% indica que provocan muletillas.

GRÁFICA N°. 8

DEFICIENCIAS LINGÜÍSTICAS QUE PROVOCA LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS EN LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 9

**PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE
ACTUALMENTE A ENALTECER EL IDIOMA DE LOS
ESTUDIANTES**

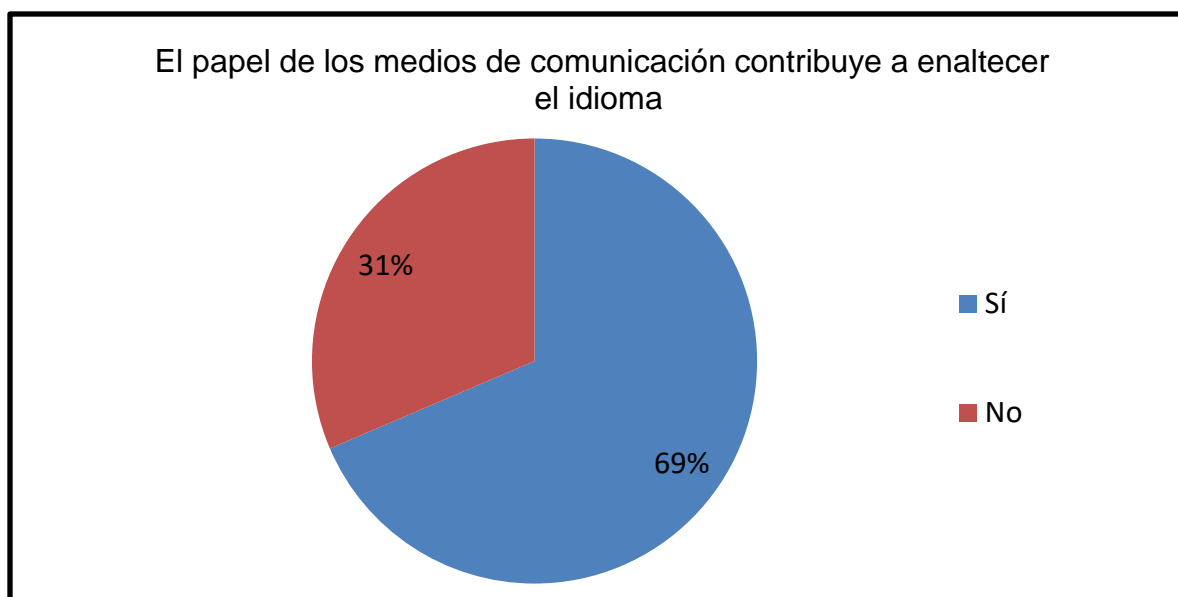
Los medios contribuyen a enaltecer el idioma	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Sí	24	69 %
No	11	31 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

De los encuestados, 69% respondió que el papel de los medios de comunicación sí contribuye a enaltecer el idioma y el 31% indica que no contribuye a enaltecerlo.

GRÁFICA N°. 9

**PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE
ACTUALMENTE A ENALTECER EL IDIOMA DE LOS
ESTUDIANTES**



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 10

PAPEL DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN EL USO CORRECTO DEL LENGUAJE DE LOS ESTUDIANTES

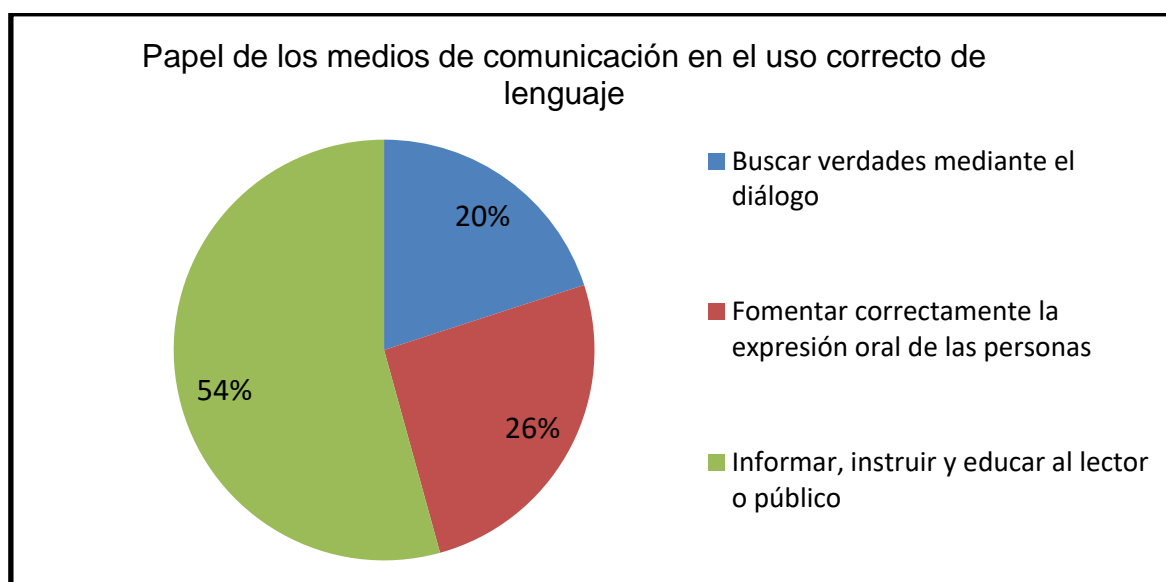
Papel de los medios masivos de comunicación	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Buscar verdades mediante el diálogo	7	20 %
Fomentar correctamente la expresión oral de las personas	9	26 %
Informar, instruir y educar al lector o público	19	54 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

Los datos obtenidos reflejan, que 54% considera que el papel de los medios de comunicación es informar, instruir y educar al lector o público; 26% señala que debe fomentar correctamente la expresión oral de las personas y 20% supone que el papel debe ser buscar verdades mediante el diálogo.

GRÁFICA N°. 10

PAPEL DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN EL USO CORRECTO DEL LENGUAJE DE LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 11

PALABRAS O EXPRESIONES QUE UTILIZAN O ESCUCHAN CON MAYOR FRECUENCIA LOS ESTUDIANTES A TRAVÉS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

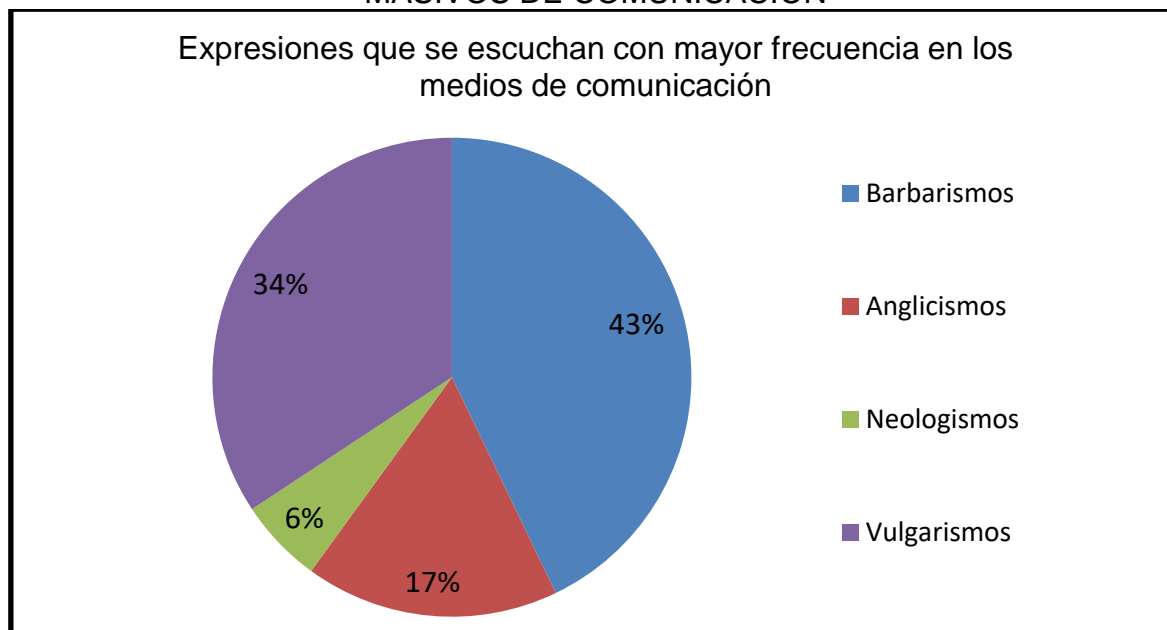
Términos lingüísticos	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Barbarismos	15	43 %
Anglicismos	6	17 %
Neologismos	2	6 %
Vulgarismos	12	34 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

En los medios de comunicación se escuchan expresiones que se consideran vicios del lenguaje. Respecto a esta encuesta, 43% considera que lo que más se escucha son barbarismos, seguido de vulgarismos con 34%, luego 17% menciona que escuchan anglicismos y finalmente 6% señala los neologismos.

GRÁFICA N°. 11

PALABRAS O EXPRESIONES QUE UTILIZAN O ESCUCHAN CON MAYOR FRECUENCIA LOS ESTUDIANTES A TRAVÉS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 12

LECTURA DE PERIÓDICOS EN LOS ESTUDIANTES

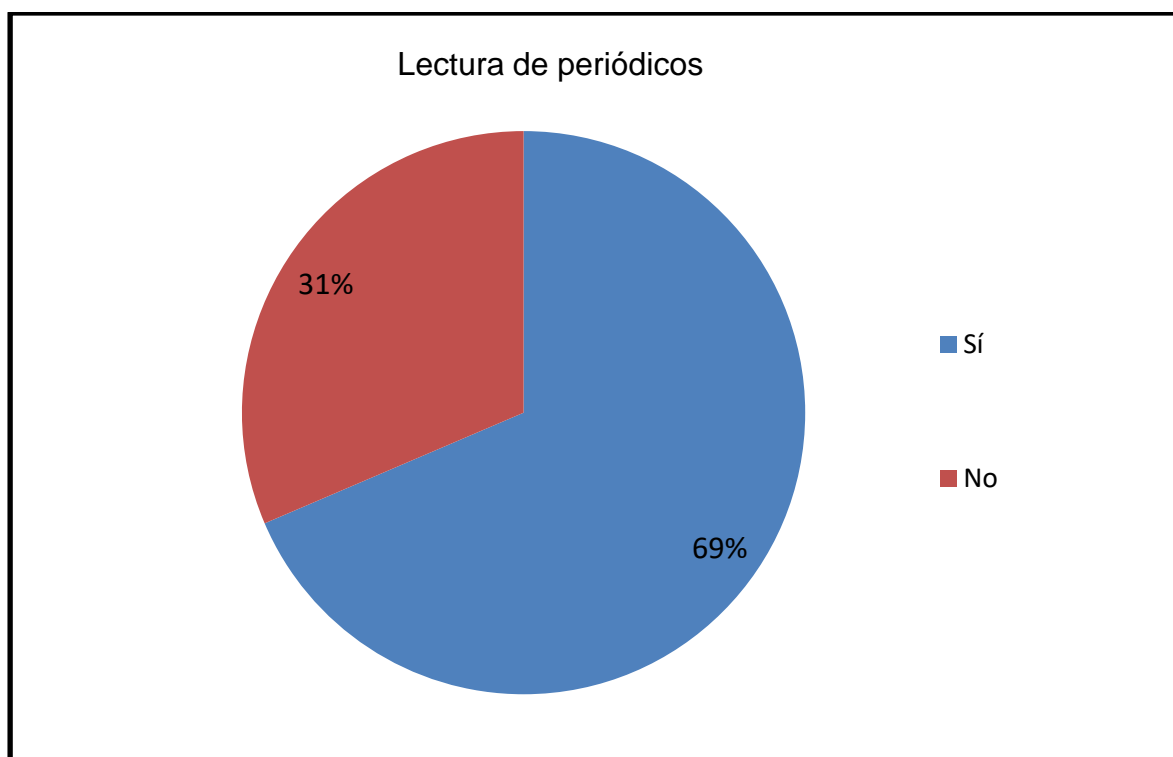
Lectura de periódicos	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Sí	24	69 %
No	11	31 %
Total	35	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

El 69% de los estudiantes de la carrera de Periodismo señalan que leen periódicos y 31% expresan que no leen periódicos.

GRÁFICA N°. 12

LECTURA DE PERIÓDICOS EN LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los estudiantes de la carrera de Periodismo, primer semestre de 2017 del CRUPO.

CUADRO N°. 13

PREPARACIÓN ACADÉMICA DE LOS DOCENTES DE LA FACULTAD DE
COMUNICACIÓN SOCIAL, ESCUELA DE PERIODISMO

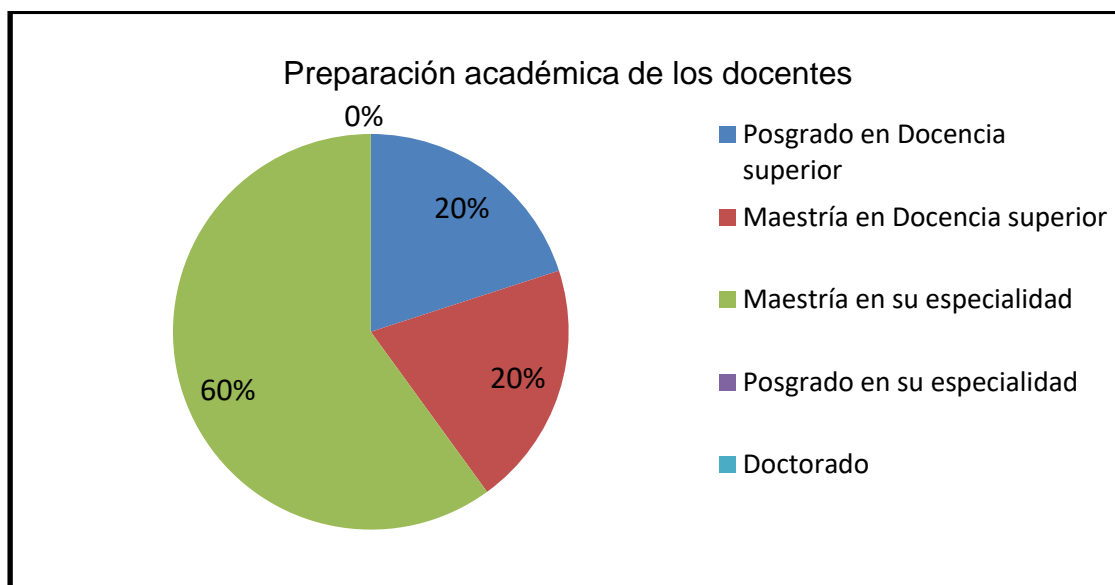
Preparación académica	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Posgrado en Docencia superior	1	20 %
Maestría en Docencia superior	1	20 %
Maestría en su especialidad	3	60 %
Posgrado en su especialidad	0	0 %
Doctorado	0	0 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

Los resultados sobre la preparación académica de los docentes de la carrera de Periodismo, advierte que 60% posee maestría en su especialidad, 20% posee título de Maestría en Docencia Superior, otro 20% cuenta con Posgrado en Docencia Superior. Los docentes no cuentan con título de posgrado en su especialidad o ya superaron este título y ninguno ha obtenido título de doctorado.

GRÁFICA N°. 13

PREPARACIÓN ACADÉMICA DE LOS DOCENTES DE LA FACULTAD DE
COMUNICACIÓN SOCIAL, ESCUELA DE PERIODISMO



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 14

TIEMPO DE LABOR COMO DOCENTE

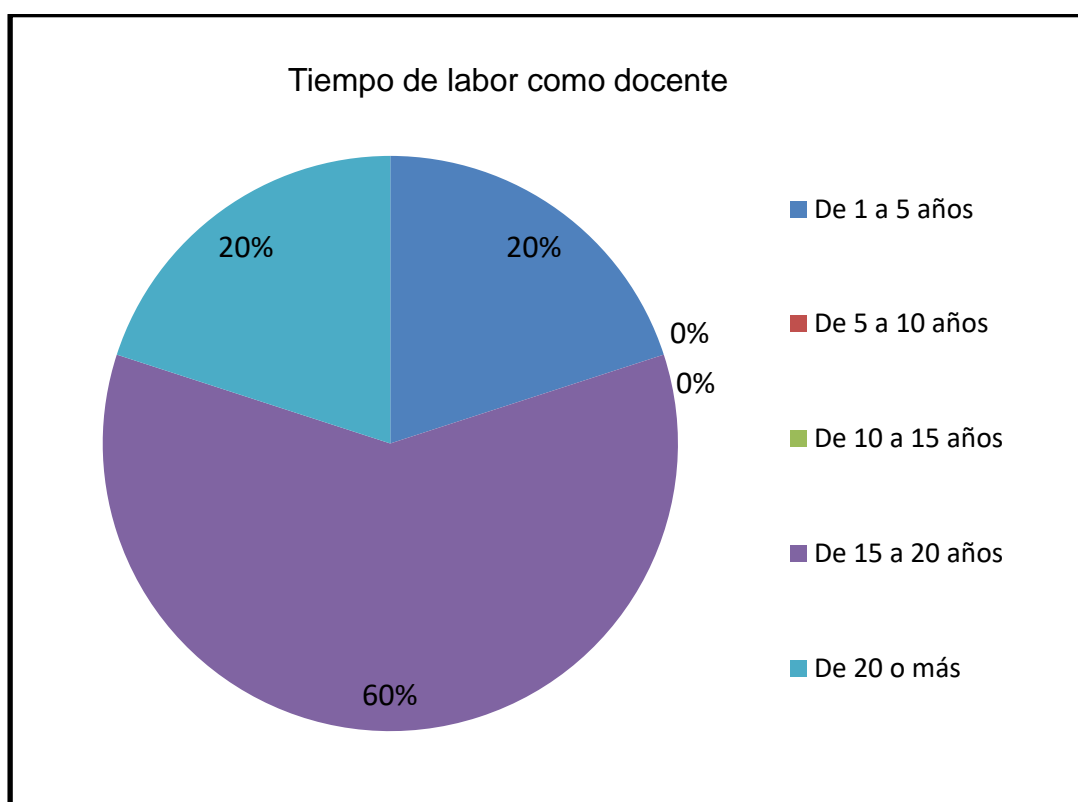
Tiempo de trabajo	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
De 1 a 5 años	1	20 %
De 5 a 10 años	0	0 %
De 10 a 15 años	0	0 %
De 15 a 20 años	3	60 %
De 20 o más	1	20 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

El 60% de los docentes de la carrera de Periodismo posee de 15 a 20 años de servicio en la Universidad de Panamá, 20% tiene de 20 o más años de trabajo, otro 20% tiene de 1 a 5 años de laborar.

GRÁFICA N°. 14

TIEMPO DE LABOR COMO DOCENTE



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 15

ORIENTACIÓN QUE DEBEN DAR LOS DOCENTES A LOS ESTUDIANTES PARA QUE ARTICULEN MEJOR A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AL ALCANCE

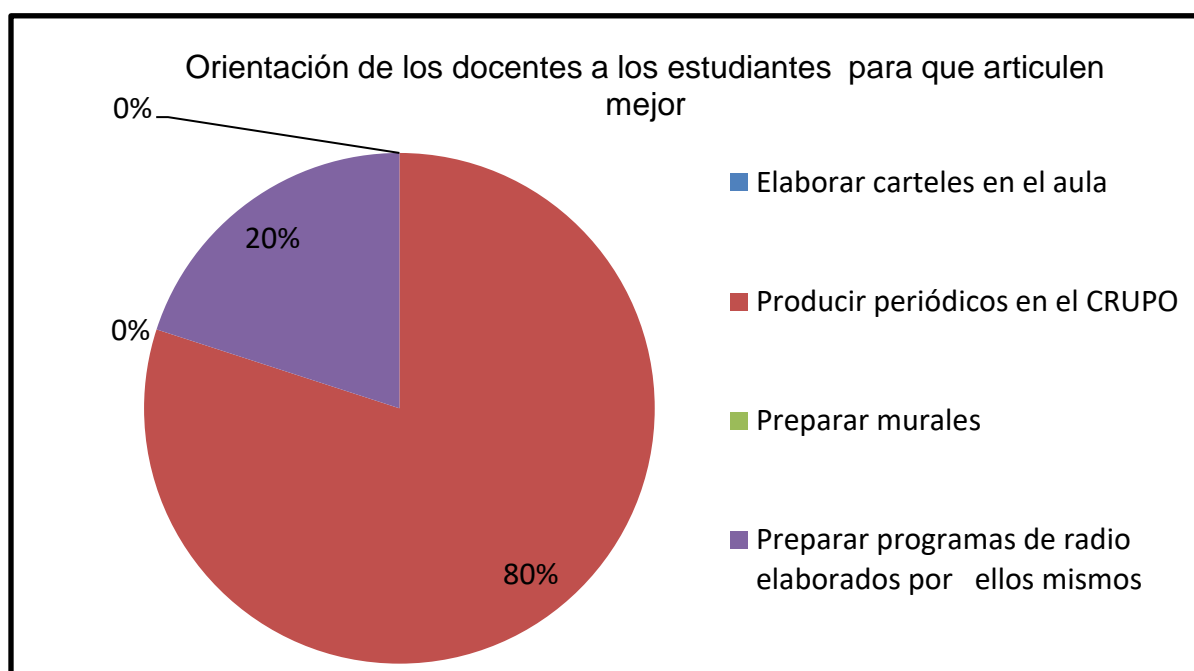
Elaboración de medios a su alcance	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Elaborar carteles en el aula	0	0 %
Producir periódicos en el CRUPO	4	80 %
Preparar murales	0	0 %
Preparar programas de radio elaborados por ellos mismos	1	20 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

El 80% de los docentes considera, que se debe orientar a los estudiantes para que articulen mejor por sí mismos, a través de la producción de periódicos y 20% puntualiza que se puede lograr mediante la preparación de programas de radio, elaborados por los propios estudiantes.

GRÁFICA N°. 15

ORIENTACIÓN QUE DEBEN DAR LOS DOCENTES A LOS ESTUDIANTES PARA QUE ARTICULEN MEJOR A TRAVÉS DE LOS MEDIOS AL ALCANCE



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 16

PRINCIPALES PROBLEMAS QUE CONFRONTAN LOS ESTUDIANTES FRENTE A LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

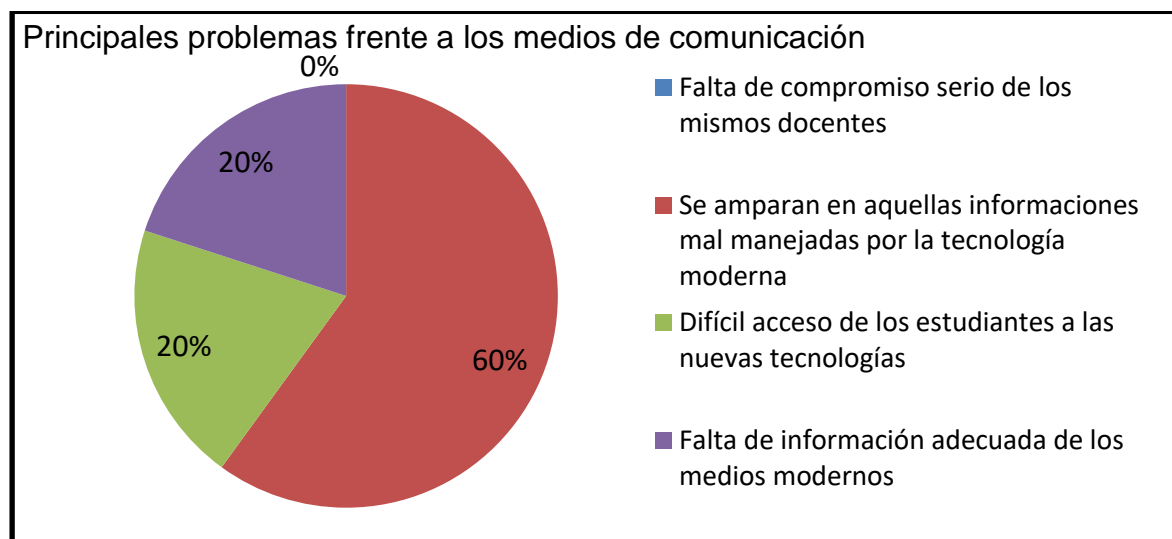
Problemas que enfrentan los estudiantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Falta de compromiso serio de los mismos docentes	0	0 %
Se amparan en aquellas informaciones mal manejadas por la tecnología moderna	3	60 %
Difícil acceso de los estudiantes a las nuevas tecnologías	1	20 %
Falta de información adecuada de los medios modernos	1	20 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

Los principales problemas que confrontan los estudiantes frente a los medios masivos de comunicación se ordenan de la siguiente manera: 60% señala que se amparan en aquellas informaciones mal manejadas por la tecnología moderna, 20% indica que se debe al difícil acceso de los estudiantes a las nuevas tecnologías y 20% indica que se debe a la falta de información adecuada de los medios modernos.

GRÁFICA N°. 16

PRINCIPALES PROBLEMAS QUE CONFRONTAN LOS ESTUDIANTES FRENTE A LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 17

**IMPACTO QUE PROVOCA LOS AVANCES DE LA COMUNICACIÓN MASIVA EN
EL DESARROLLO DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES**

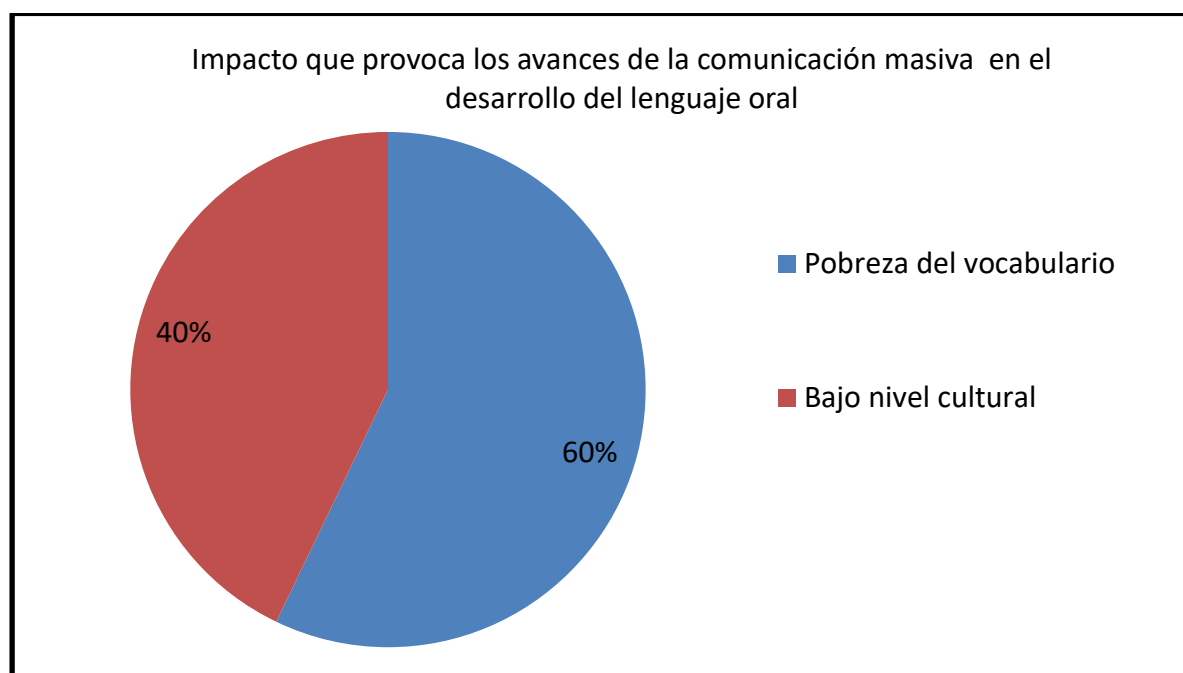
Impacto de los medios de comunicación en el desarrollo del lenguaje oral	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Pobreza del vocabulario	3	60 %
Bajo nivel cultural	2	40 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

El 60% de los docentes encuestados indican que el impacto que provoca los avances de la comunicación masiva se observa en la pobreza de vocabulario y 40% señala que el impacto se refleja en el bajo nivel cultural de los estudiantes.

GRÁFICA N°. 17

**IMPACTO QUE PROVOCA LOS AVANCES DE LA COMUNICACIÓN MASIVA EN
EL DESARROLLO DEL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES**



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 18

SIGNIFICADO QUE TIENE LA IMPORTANCIA DE LA INCORPORACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES

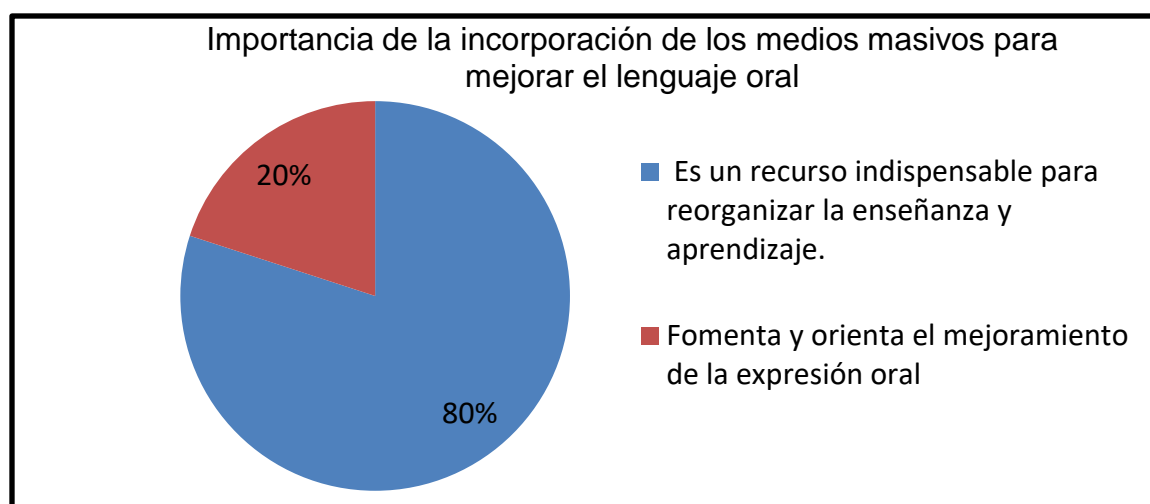
Incorporación de los medios masivos de comunicación para mejorar el lenguaje oral	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Es un recurso indispensable para reorganizar la enseñanza y aprendizaje.	4	80 %
Fomenta y orienta el mejoramiento de la expresión oral	1	20 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

Los encuestados demuestran, que la incorporación de los medios masivos de comunicación para mejorar el lenguaje oral de los estudiantes es importante, porque es un recurso indispensable para reorganizar la enseñanza y aprendizaje, representado por el 80% y el 20% considera que es importante, porque fomenta y orienta el mejoramiento de la expresión oral.

GRÁFICA N°. 18

SIGNIFICADO QUE TIENE LA IMPORTANCIA DE LA INCORPORACIÓN DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR EL LENGUAJE ORAL DE LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 19

**PREPARACIÓN QUE SE LE DEBE DAR A LOS DOCENTES PARA USAR
ADECUADAMENTE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MASIVA EN SUS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS**

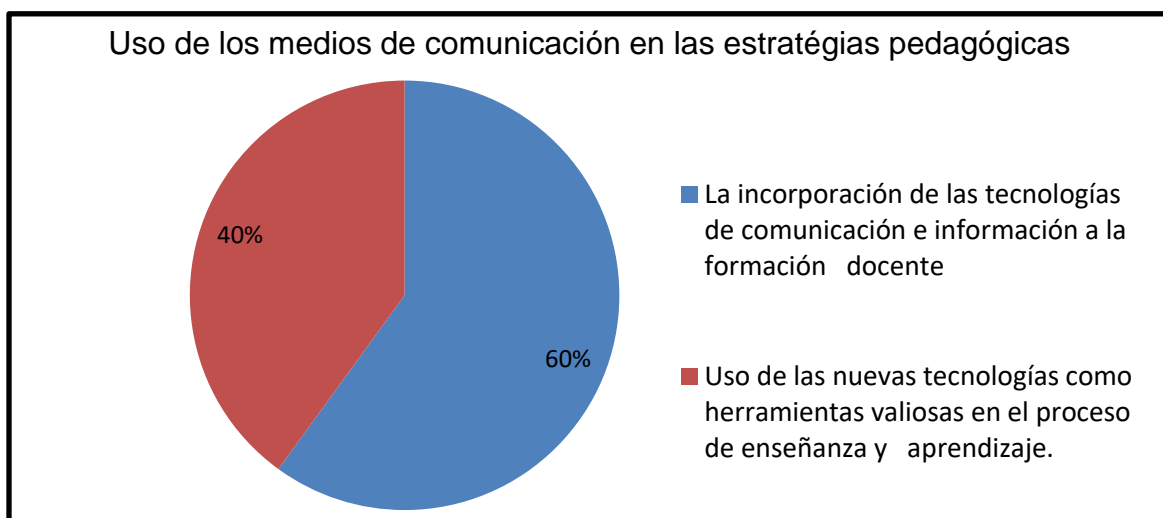
Uso de los medios de comunicación masiva en las estrategias pedagógicas	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
La incorporación de las tecnologías de comunicación e información a la formación docente	3	60 %
Uso de las nuevas tecnologías como herramientas valiosas en el proceso de enseñanza y aprendizaje.	2	40 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

El 60% de los docentes indica que se debe incorporar las nuevas tecnologías de comunicación e información a la formación docente para usar adecuadamente los nuevos medios de comunicación en sus estrategias pedagógicas y 40% considera, que se debe utilizar las nuevas tecnologías como herramientas valiosas en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

GRÁFICA N°. 19

**PREPARACIÓN QUE SE LE DEBE DAR A LOS DOCENTES PARA USAR
ADECUADAMENTE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MASIVA EN SUS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS**



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 20

**TÉCNICAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN EL
SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL
DE LOS ESTUDIANTES**

Técnicas pedagógicas para mejorar la expresión oral de los estudiantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Interrogatorio	0	0 %
Trabajo en equipo	0	0 %
Coloquio	0	0 %
Discusión dirigida	0	0 %
Torbellino de ideas	0	0 %
Diálogos simultáneos	0	0 %
Mesa redonda	2	40 %
Lectura comentada	0	0 %
Dramatización	0	0 %
Debates	1	20 %
Investigaciones	0	0 %
Charlas	2	40 %
Total	5	100 %

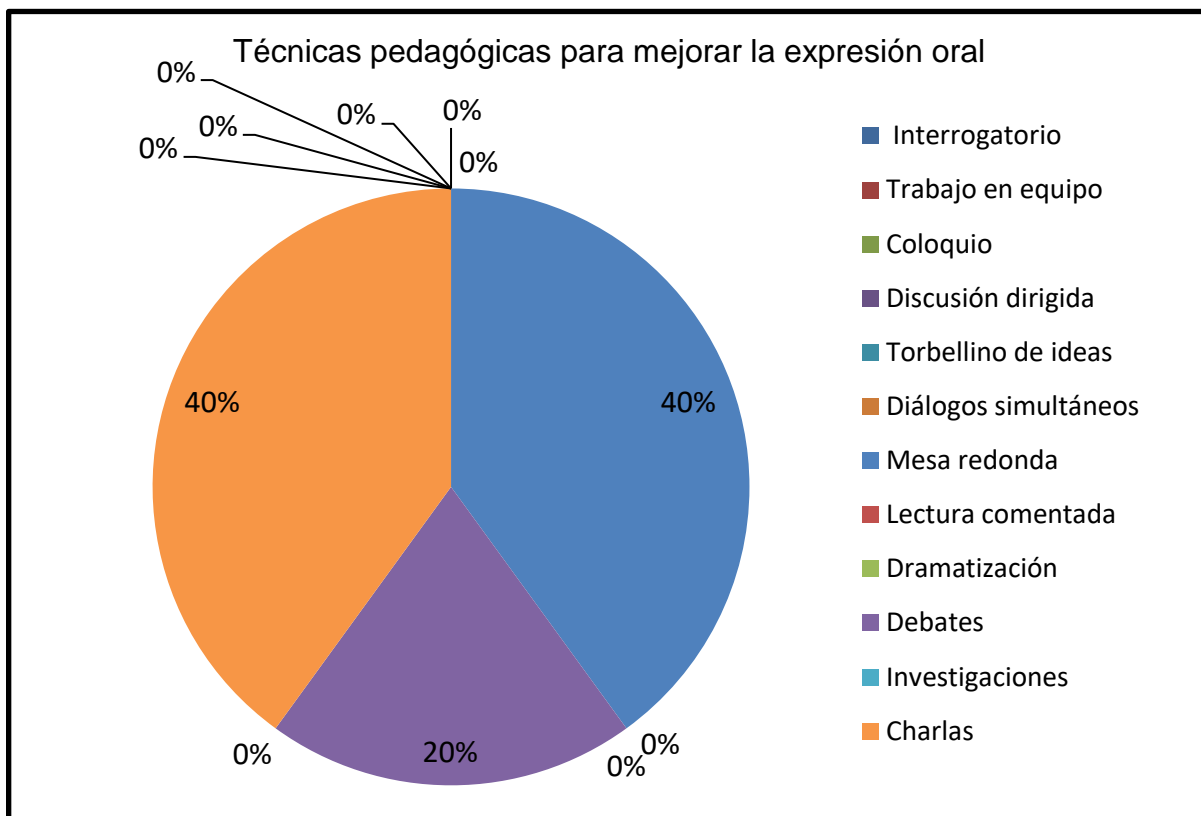
Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

Un 40% de los docentes considera, que la mesa redonda es la principal técnica pedagógica, que se debe utilizar para mejorar la expresión oral de los estudiantes; otro 40% señala que la técnica pedagógica que se debe usar es las charlas en clase y 20% restante indica que debe utilizarse la técnica de debates.

Todo comunicador social debe desarrollar las habilidades en la comunicación, esto garantiza que las ideas emitidas sean aceptadas con mayor credibilidad. Es en el aula donde estas técnicas pedagógicas como la mesa redonda, charlas, entre otras, resultan de gran utilidad para ponerlas en práctica y que los estudiantes mejoren su expresión oral.

GRÁFICA N°. 20

TÉCNICAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN EL SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL DE LOS ESTUDIANTES



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CUADRO N°. 21

**ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN
EL SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL
DE LOS ESTUDIANTES**

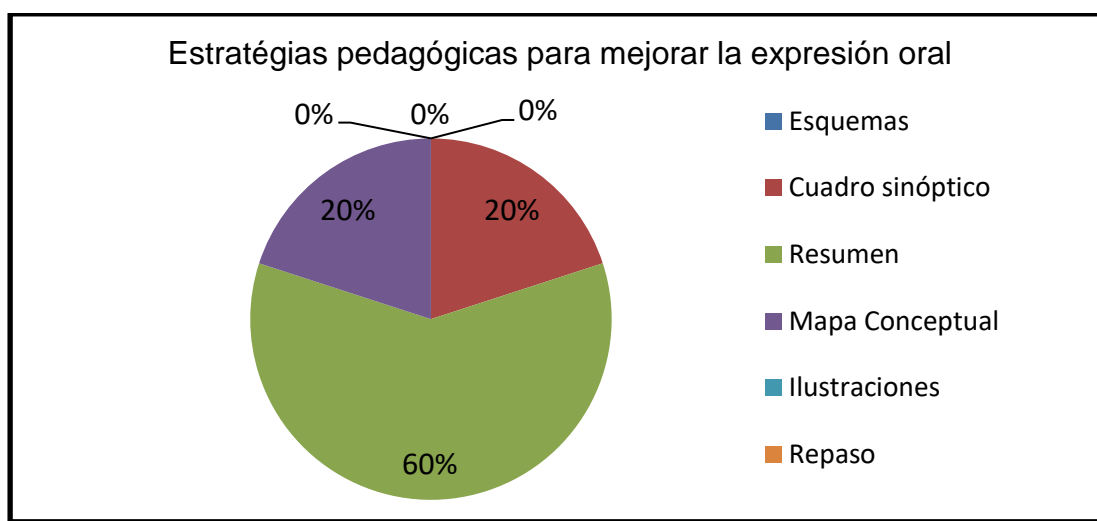
Estrategias pedagógicas para mejorar la expresión oral de los estudiantes	Frecuencia absoluta	Porcentaje %
Esquemas	0	0 %
Cuadro sinóptico	1	20 %
Resumen	3	60 %
Mapa conceptual	1	20 %
Ilustraciones	0	0 %
Repaso	0	0 %
Total	5	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

El 60% de los docentes puntualizan que se debe usar la estrategia pedagógica del resumen para mejorar la expresión oral de los estudiantes, mientras que 20% expresa que debe utilizarse la estrategia del cuadro sinóptico y otros 20% indica que se debe usar el mapa conceptual.

GRÁFICA N°. 21

**ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS QUE DEBEN EMPLEAR LOS DOCENTES EN EL
SALÓN, PARA MEJORAR LA EXPRESIÓN ORAL
DE LOS ESTUDIANTES**



Fuente: Encuesta aplicada a los docentes de la carrera de Periodismo del CRUPO 2017.

CAPÍTULO 5.

PROPUESTA EDUCATIVA

SEMINARIO: TALLER DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS PARA
MEJORAR Y FORTALECER EL LENGUAJE ORAL DE LOS
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE PERIODISMO, FACULTAD
DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DEL CENTRO REGIONAL
UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE

5.1. Introducción

Con el estudio de los medios de comunicación masiva y el lenguaje oral de los estudiantes, se pudo determinar que cuando los medios masivos de comunicación descuidan su rol de orientar, contribuir con la educación y al fortalecimiento de la cultura, en ocasiones, tienden a atraer la pobreza de vocabulario y bajo nivel cultural.

Con las encuestas aplicadas a estudiantes se pudo precisar que utilizan expresiones como barbarismos y vulgarismos. Los docentes señalaron que la influencia de los medios masivos de comunicación se nota en la pobreza de vocabulario. Por otro lado, consideran los facilitadores, que se deben usar técnicas y estrategias para orientar el aprendizaje de los estudiantes.

Este trabajo ayudará a mejorar la capacidad comunicativa de alumnos, que les permita expresarse adecuadamente en diferentes ambientes y situaciones; con unas líneas de actuación dirigidas a desarrollar el dominio de las competencias lingüísticas en los niveles de la comprensión y la expresión; oriente una postura crítica y activa en los intercambios comunicativos; fomentar la expresión oral, de forma que les facilite el conocimiento a través del lenguaje y de la comunicación.

Por esta razón, se propone la realización del seminario: taller de estrategias o técnicas pedagógicas para mejorar y fortalecer el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, ya que es el vehículo que puede ser usado para apoyar el proceso de formación, transmisión y adquisición de conocimiento. A través de estrategias empleadas que se orienten por medio de

técnicas adecuadas, el alumno puede aprender a aprender y así lograr un aprendizaje significativo.

En este capítulo se plantea la propuesta, la introducción, la justificación, objetivos, módulos temáticos, programación analítica, metodología, evaluación, costos y beneficiarios. Por ello, se ha tenido en cuenta el poder motivador que encierran, para el alumnado, los mensajes de los medios de comunicación de masas y se ha utilizado como eje aglutinador de los diferentes contenidos del área. De esta manera, el trabajo tiene una técnica pedagógica comunicativa que acerca los contenidos a la realidad de los alumnos a nivel superior, desde donde se trabaja conjuntamente la lengua y el periodismo.

5.2. Justificación

La comunicación oral de la lengua española, está sometida a tantos cambios debido a muchos factores. En el libro *Ortografía de la lengua española* (2010, página 3), lo expresa de la siguiente manera: *«pero la lengua oral, nacida para resolver las necesidades de la comunicación directa entre los individuos de grupos sociales reducidos, presenta limitaciones que se hacen más patentes a medida que las sociedades crecen y se tornan más complejas en su organización social, económica y político-administrativa»*.

Frente a los desafíos que imponen los diferentes elementos que influyen en la correcta expresión oral de los estudiantes a nivel superior, es indispensable la búsqueda de recursos o condiciones que permitan el desarrollo de habilidades, que

se oriente hacia la adquisición de estrategias que les ayuden a actuar de forma comprometida y creadora.

Con el fin de contribuir al mejoramiento de la educación superior, específicamente en la formación de las competencias lingüísticas que debe tener todo estudiante de la carrera de Periodismo, resulta importante y se justifica la realización del seminario: taller de estrategias y técnicas pedagógicas para mejorar el lenguaje oral de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, escuela de Periodismo del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.

En este sentido, esta propuesta será importante para valorar y usar correctamente la comunicación oral como medio para conseguir éxito en el estudio.

5.3. Objetivos

5.3.1. Objetivos generales

- Desarrollar un seminario: taller teórico, instructivo, vivencial y adecuado a la realidad del educador y estudiante universitario.
- Proponer técnicas y estrategias pedagógicas útiles para el mejoramiento de la expresión oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.

5.3.2. Objetivos específicos

- Realizar una aproximación al marco conceptual de técnicas y estrategias de aprendizaje.
- Diferenciar las técnicas de las estrategias de enseñanza y aprendizaje.
- Aplicar diversas estrategias y técnicas pedagógicas.

- Reconocer la utilidad de diversas técnicas pedagógicas de enseñanza y aprendizaje.

5.4. Módulos temático

Para la realización de este seminario se hará énfasis en las estrategias y técnicas más relevantes para ser consideradas como herramienta útil en el mejoramiento de la expresión oral de los estudiantes a nivel superior.

Se realizará en el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste. Está estructurado para tres días, que consistirá en capacitar a los estudiantes en el manejo y aprendizaje de diversas técnicas y estrategias de aprendizaje. Se presentará en horario de 8:00 a.m. a 12: 00 p.m.

Módulo N°. 1

Introducción a los conceptos de técnicas y estrategias pedagógicas
<p>Técnicas y estrategias pedagógicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto y diferencia • Tipos de estrategias y técnicas • Características • Criterios para la selección de una técnica o estrategia. • Momentos para aplicar una técnica o estrategia. • Ejemplos de estrategias para mejorar la expresión oral. • Taller: análisis de las estrategias del caballo de Troya y las técnicas que se pueden usar.

Módulo N°. 2

La comprensión y utilización de estrategias pedagógicas a nivel superior

- El resumen
- Mapa conceptual
 - Concepto
 - Funciones
 - Proceso de elaboración
 - Utilidad y beneficios
- Presentación de ejemplos
- Taller de aplicación

Módulo N°. 3

Técnicas pedagógicas para mejorar la expresión oral de los estudiantes a nivel superior

- Diálogo o cuchicheo
 - Concepto y objetivos
 - Tipos de diálogos simultáneos
 - Ventajas
 - Taller de aplicación
 - Sugerencias
- Mesa redonda
 - Concepto y función

- Herramientas útiles en la comunicación oral
- Su preparación
- Taller de aplicación y sus recomendaciones
- Charlas
 - Definición y su estructura
 - Su preparación
 - Ventajas en el desarrollo de la expresión oral.
 - Uso de la tecnología
 - Taller de aplicabilidad

5.5. Programación analítica

Seminario: taller de estrategias pedagógicas para mejorar y fortalecer el lenguaje oral de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, escuela de Periodismo del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.

Módulo N°. 1

Primer día

Tema: Concepto de técnicas y estrategias pedagógicas

Hora	Objetivos específicos	Contenidos	Actividades	Recursos
	-Conocer al facilitador,	-Aspectos generales	-Autopresenta- ción.	-Uso del proyector multimedia y

8:00 a.m. a 10:00 a.m.	aspectos generales del seminario y los contenidos del tema.		-Presentación de la metodología del seminario. -Descripción de contenidos.	presentación con Power Point sobre las generalidades del seminario.
10:00 a.m. a 10: 30 a.m.	Refrigerio			
10:30 a.m. a 12:00 p.m.	-Enumerar y analizar las estrategias pedagógicas empleadas en la expresión oral.	-Técnicas y estrategias pedagógicas. -Selección de técnicas o estrategias. -Aplicación de la técnica o estrategia. -Presenta- ción de ejemplos y técnicas	Trabajo en grupo donde analice y comente las diferentes técnicas y estrategias. -Presentación de sugerencias en consenso y conclusiones sobre la implementación de cada tema.	-Trabajo colectivo a través de talleres. -Demostración de una técnica por grupo.

		utilizadas para mejorar la expresión oral.		
--	--	---	--	--

Módulo N°. 2

Segundo día

Tema: Comprensión del uso de estrategias pedagógicas

Hora	Objetivos específicos	Contenidos	Actividades	Recursos
8:00 a.m. a 10:00 a.m.	-Explicar el concepto de resumen. -Resumir distintos tipos de textos. -Aplicar la técnica del resumen como instrumento	El resumen -Concepto y utilidad. -Proceso de elaboración. -Tipos de resumen. -Técnicas empleadas. -Ejemplo de resumen. -Taller de	-Diálogo sobre el concepto del resumen. -Aplicación de los pasos precisos para la elaboración de un resumen. -Enumeración de los tipos de resumen. - Análisis y	Humanos: La voz Didácticos: -Textos diversos para resumir: textos narrativos, expositivos, otros. -Material impreso.

	de ayuda al estudio. -Realizar taller para redactar resúmenes concisos.	aplicación.	comentario de las diferentes técnicas empleadas. -Demostración de una técnica por grupo. - Presentación del resumen de un texto.	
10:00 a.m. a 10: 30 a.m.	Refrigerio			
10:30 a.m. a 12:00 p.m.	-Explicar el concepto de mapa conceptual. - Enumerar las funciones de los mapas conceptuales.	Mapa conceptual. -Concepto. -Funciones de los mapas conceptuales. -Proceso de elaboración. -Utilidad y beneficios.	-Explicación del concepto de mapa conceptual. -Presentación de las funciones de la elaboración de mapas conceptuales. -Elaboración, en grupos, de	Humanos: La voz. Didácticos: -Material de apoyo. -Textos diversos para la elaboración de mapas conceptuales. -Proyector

	<p>les.</p> <p>-Elaborar mapas conceptuales.</p> <p>-Dotar al alumno de una herramienta (Mapas conceptuales que le permitan utilizar y establecer las jerarquías entre ideas.</p>	<p>-Ejemplos de mapas conceptuales.</p> <p>-Taller de aplicación.</p>	<p>mapas conceptuales de un texto leído.</p> <p>-Exposición acerca de la utilidad de los mapas conceptuales.</p> <p>- Elaboración de mapas conceptuales de un tema libre.</p>	<p>multimedia.</p> <p>-Presentación en Power Point.</p> <p>-Material impreso.</p>
--	---	---	---	---

Módulo N°. 3

Tercer día

Tema: Técnica pedagógica para mejorar la expresión oral

Hora	Objetivos específicos	Contenidos	Actividades	Recursos
8:00 a.m. a 10:00 a.m.	<ul style="list-style-type: none"> -Explicar el concepto de diálogo. -Enumerar los tipos de diálogos simultáneos. -Escribir las ventajas de la comunicación -Aplicar las técnicas y estrategias durante el 	<ul style="list-style-type: none"> Diálogo y Cuchicheo -Concepto y objetivos -Tipos de diálogos simultáneos. -Ventajas en la evaluación y en la comunicación. -Taller de aplicación. -Sugerencias. 	<ul style="list-style-type: none"> -Plática sobre la necesidad de aplicar las técnicas en el momento del diálogo. -Elaboración, en grupo, de una lista de técnicas y estrategias pedagógicas para mejorar la expresión oral. -Participación de dos o tres alumnos para conversar, ante un grupo de estudiantes, sobre 	<ul style="list-style-type: none"> Humanos: La voz. Didácticos: -Diapositivas -Láminas. -Cintas grabadas. -Internet -TIC.

	diálogo para mejorar la expresión oral.		un tema.	
10:00 a.m. a 10: 30 a.m.	Refrigerio			
10:30 a.m. a 12:00 p.m.	-Enumerar los pasos a seguir para la elaboración de una mesa redonda. -Reconocer la importancia del uso de la mesa redonda como estrategia pedagógica y	Mesa Redonda -Concepto y función. -Herramienta útil en la comunicación. -Cómo preparar con éxito una mesa redonda. -Taller de aplicación. -Recomendaciones prácticas.	-Diálogo acerca de la importancia de la mesa redonda y sus funciones. -Preparación de la mesa redonda. -Presentación, en grupo, de la mesa redonda. -Aplicación de las técnicas y estrategias didácticas en la mesa redonda. -Enumeración de	Humanos: La voz Didácticos: -Mesas. -Sillas -Material impreso -Fichas de síntesis. -Proyector multimedia.

	<p>comunicativa.</p> <p>-Organizar y elaborar una mesa redonda sobre un tema de interés social actual.</p>		<p>las recomendaciones.</p>	
	<p>-Ordenar los pasos para la elaboración de una charla.</p> <p>- Reconocer la estructura de una charla.</p> <p>-Enumerar las ventajas pedagógicas</p>	<p>Charlas</p> <p>-Definición</p> <p>-Estructura</p> <p>-Preparación</p> <p>-Ventajas en el desarrollo de la expresión oral.</p> <p>-Uso de la tecnología como recurso de apoyo.</p> <p>-Taller de</p>	<p>-Explicación de la importancia de la charla.</p> <p>-Orientación acerca de la estructura de la charla.</p> <p>-Preparación de la charla.</p> <p>-Enumeración de las ventajas.</p> <p>-Elaboración, en</p>	<p>Humanos: Voz</p> <p>Didácticos:</p> <p>-Láminas</p> <p>-Marcadores</p> <p>-Presentación en Power Point</p> <p>-Bocinas</p> <p>-Proyector multimedia.</p>

	y comunicati- vas de la charla. - Participar en una charla sobre un tema libre.	aplicabilidad.	grupos, de una lista de técnicas pedagógicas como material de apoyo. -Preparación del taller para la participación de los estudiantes.	
--	--	----------------	--	--

5.6. Diseño

- Universidad de Panamá
- Sede: Centro Regional Universitario de Panamá Oeste
- Facilitadora: Profesora Yamileth Forcheney
- Nombre del seminario: taller de Estrategias y técnicas pedagógicas para mejorar el lenguaje oral de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, escuela de Periodismo del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.
- Duración: Tres días
- Fecha: Del 22 al 24 de enero de 2018
- Horario: De 8:00 a.m. a 12: 00 p.m.
- Modalidad: Presencial

- Perfil de los participantes: Estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.
- Número de participantes: 25 estudiantes de distintas carreras universitarias.
- Costo: B/. 10.00
- Requisito: Presentación del recibo de matrícula.
- Fecha de elaboración: Del 11 al 22 de diciembre de 2017.

5.7. Metodología

En este seminario se utilizará una metodología participativa y dinámica con un enfoque constructivista, tales como: discusiones dialogadas, talleres individuales y grupales, lluvia de ideas, prácticas en el aula con la participación activa de los estudiantes, guiados por la facilitadora.

Las asignaciones prácticas se desarrollarán en el salón y asimismo, la asistencia es de vital importancia para adquirir conocimiento en este seminario.

La forma de enseñanza es andragógica, utilizando los recursos innovadores de la tecnología para hacerla más novedosa y lograr los objetivos.

5.8. Evaluación

Cada módulo comprende actividades teóricas y prácticas de los diversos temas desarrollados de manera grupal.

Al inicio de cada módulo se hará una autoevaluación de su desempeño; durante el curso se evaluarán las actividades realizadas y una evaluación final que consiste en un SQA (Sé, quiero aprender y aprendí). Las rúbricas y criterios a

evaluar se especifican en cada actividad. La asistencia y participación en el desarrollo de los temas es imprescindible para la evaluación de cada participante.

5.9. Costos: facilitadora, equipo y materiales o recursos

Este seminario será dictado por la profesora Yamileth Forcheney, como un aporte al finalizar la tesis acerca de los medios masivos de comunicación y su influencia en el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste.

Para tal fin, se hará uso de un equipo multimedia para la explicación dinámica de los temas de manera ilustrativa, ya que se podrá gestionar la autorización de uso del aula máxima de la Universidad para la realización del mismo y de esta manera, se puede atender a un número mayor de participantes, además se requiere de mesas de trabajo facilitadas por el Centro de estudios.

Se emplearán materiales como: cartulina, marcadores, páginas, lápices, entre otros; que son herramientas importantes para los estudiantes que asistan al seminario.

5.10. Beneficiarios

Los beneficiados directamente son los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, así como cualquier otro estudiante de las distintas carreras que curse sus estudios en el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste. Los docentes que deseen participar en este seminario para mejorar y orientar el proceso de enseñanza y aprendizaje, podrán hacerlo.

De esta manera, tanto estudiantes como docentes que forman parte del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, podrán participar de este seminario: taller de técnicas y estrategias pedagógicas, para así mejorar la expresión oral de los estudiantes de cualquier carrera universitaria.

5.11. Presupuesto

Se presentan los ingresos por estudiantes y por grupo (25 estudiantes); además los gastos estimados.

Detalles	Monto por estudiante	Monto grupal (25 estudiantes)
Ingreso		
• Matrícula	10.00	250.00
Gastos		
• Honorarios de la facilitadora (50%)	5.00	125.00
Certificado de asistencia	1.00	25.00
Apoyo didáctico	2.00	50.00

Reproducción de módulos	1.00	25.00
Elaboración de los módulos	1.00	25.00
Total de gastos	20.00	250.00

CONCLUSIONES

Después de haber culminado la investigación acerca de los medios masivos de comunicación y el lenguaje oral de los estudiantes del Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

Los medios masivos de comunicación siguen siendo parte de la revolución tecnológica de los últimos tiempos. En el siglo pasado, solo existían periódicos, libros y la radio; por ende, se tenía más cuidado con el uso del idioma español; sin embargo, hoy la Internet, celulares, televisión, radio, prensa y cine, han ido apoderándose de la vida de las personas.

Luego de analizar los resultados de las encuestas, se concluye que los estudiantes interactúan con diversos medios masivos de comunicación; pero el 48% lo hacen a través del celular, medio de comunicación que en los últimos años ha logrado abarcar gran parte de la población, principalmente joven.

El 54% de los estudiantes indica que el principal papel de los medios debe ser informar, instruir y educar al lector o público; sin embargo, señalan, que se presentan deficiencias lingüísticas que provoca la influencia de los medios de comunicación de masas en la expresión oral, tales como la pobreza de la expresión con 34% y el desorden de ideas con 43%.

Los datos recabados manifiestan que los medios de comunicación que más influyen o contribuyen a la deformación del lenguaje oral es el celular con 52%, seguido de la Internet con 32%.

Se demuestra que las expresiones que comúnmente se escuchan en los medios masivos de comunicación son barbarismos, indican los encuestados con 43% y vulgarismos con 34%, los cuales son preocupantes.

En las encuestas realizadas a los docentes, se pudo determinar con 60%, que la comunicación masiva provoca un impacto en el desarrollo del lenguaje oral de los estudiantes universitarios, la cual se observa en la pobreza de vocabulario.

Por otro lado, indican que estos medios son un recurso indispensable para organizar la enseñanza y aprendizaje. Que se debe emplear técnicas pedagógicas como la mesa redonda señalada por el 40% y las charlas con 40% más. En cuanto a las estrategias pedagógicas, 60% escogió al resumen, porque de esta forma se puede mejorar la expresión oral de los estudiantes universitarios.

Los medios de comunicación masiva deben ser tomados como herramientas útiles en el proceso de enseñanza y aprendizaje; asimismo, se deben desarrollar técnicas y estrategias enfocadas al fortalecimiento de la expresión oral de los estudiantes universitarios que serán los profesionales del mañana y los nuevos comunicadores sociales. Por esta razón, se ha propuesto la ejecución de un seminario - taller para que, por medio de técnicas y estrategias, se logre mejorar el lenguaje oral de los estudiantes universitarios.

RECOMENDACIONES

Al finalizar este trabajo, se recomienda lo siguiente:

Que el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste ofrezca a los docentes de enseñanza superior, seminarios sobre el uso de la tecnología y su implementación en el proceso de enseñanza y aprendizaje.

La creación de un curso o seminario de manejo del idioma español, tanto oral como escrito, como requisito para aprobar cualquier carrera universitaria.

Que esta investigación sienta un precedente para que se pueda realizar una investigación minuciosa de la incidencia de las redes sociales en la deformación del lenguaje oral y escrito de muchos estudiantes.

Que los estudiantes de la carrera de Español puedan organizar simposios orientados al fortalecimiento del idioma español en todo estudiante universitario.

Que el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste gestione la posibilidad de crear espacios radiales, para darle mayor oportunidad a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social en el desarrollo de sus competencias lingüísticas y al mismo tiempo, puedan divulgar las actividades y proyecciones de este Centro de estudios superiores. Este proceso debe ser guiado por los docentes que dictan la asignatura de Español.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Academia americana de psiquiatría de niños y adolescentes. (2015). *Los niños y la violencia en la televisión*. Artículo recuperado el 5 de septiembre de 2017 de: https://www.aacap.org/AACAP/Families_and_Youth/Facts_for_Families/FFFSpanish/Los-Ninos-y-la-Violencia-en-la-Television-013.aspx

Agencia EFE. 20 minutos. (9/4/2008). *Los expertos alertan de la aparición de "una pobreza de expresión preocupante"*. Artículo periodístico recuperado el 23 de abril de 2018 de: <https://www.20minutos.es/noticia/367778/0/analisis/jerga/juvenil/>

Agencia EFE Panamá. (23/1/2016). *El cine panameño resurge de sus cenizas con un aluvión de estreno en 2016*. Recuperado el 8 de agosto de 2016 de: <https://www.efe.com/efe/america/cultura/el-cine-panameno-resurge-de-sus-cenizas-con-un-aluvion-estrenos-en-2016/20000009-2818867>

Atlas social de Panamá. (Censo 2010). *Acceso y uso de las tecnologías de información y comunicación*. Dirección de análisis económico y social. Ministerio de Economía y Finanzas.

Ávila, F. (2002). *Dígalos sin errores*. Bogotá: Norma.

Baujín, J. (7 al 11 de mayo de 2018). Seminario: *La didáctica de la enseñanza de la lengua*. Academia Panameña de la Lengua. Universidad Tecnológica, sede La Chorrera.

Bettetini, G y Colambo, F. (1995). *Tecnología y comunicación. Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Madrid: Paidós.

Bolaños, M. (2014). *¿Hacia dónde vamos? perspectivas sobre el futuro de la lengua española*. Panamá: Articsa.

Campo Redondo, M. (2006). *El cine como recurso tecnológico en la creación de conocimiento: estudio de caso en la enseñanza de la orientación de la violencia, familiar*. Revista venezolana de información, tecnología y conocimiento, volumen N°.3, septiembre-diciembre. Recuperado el 6 de junio de 2017 de:
<http://www.redalyc.org/pdf/823/82330302.pdf>

Centro virtual cervantes. *De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje*. Recuperado el 8 de junio de 2016 de:
https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/antologia_didactica/enfoque_comunicativo/canale01.htm

Consejo de Europa. (2001). *Marco común europeo de referencia para la lengua: aprendizaje, enseñanza, evaluación*. Madrid: Instituto Cervantes, Ministerio de Educación Cultura y Deporte.

Coseriu, E. (1986). *Introducción a la lingüística*. España: Cremos.

Cossío, C. (2007). *Una introducción a la lingüística*. Quito: Abya Yala.

De gracia, R. (2010). *El español de nuestros días*. Panamá: Sibauste.

Domínguez Goya, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. México: Red tercer milenio s.c.

El Siglo. (7/5/2017). *Según cifras, en Panamá hay más celulares que población*. Artículo recuperado el 17 de abril de 2018 de: <http://elsiglo.com.pa/panama/segun-cifras-panama-celulares-poblacion/24000159>

El Tiempo. (4/2/2016). *El 70 % del mundo tendrá un dispositivo móvil en el 2020*. Recuperado el 20 de enero de 2017 de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16500742>

El Universal. (20/2/2007). *Hallan 15 efectos negativos por la tv*. Recuperado el 13 de agosto de 2017 de: <http://archivo.eluniversal.com.mx/cultura/51599.html>

Everett, J y Ronald, R. (2006). *Consecuencias sociales del uso de Internet*. Barcelona: UOC.

Fábrega, D. (2002). *La degradación del español y el ocaso del hombre racional*. Panamá: Agenda del Centenario.

Fonnegra, G. (1997). *Gramática sintáctica. Dudas y problemas del idioma en 35 fáciles cuestionarios*. (Segunda ed.). Santafé de Bogotá: Panamericana Ltda.

Fuentes, J. (1997). *Gramática moderna de la lengua española*. (Vigésima cuarta ed.). Barcelona: Fundación Book S.A.

Gaitán, G. (2012). Tesis doctoral: *La violencia en Guatemala presentada desde los medios de comunicación escritos: Un análisis a sus formas, contenidos, dimensiones e influencia en los lectores*. Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

García, D y Gómez, A. (comps.) (1990). Seminario internacional: El *idioma español en las agencias de prensa*. Madrid: Compilación de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez y Agencia EFE.

Gil, J. (1/10/2015). *Usuarios de Internet en Panamá se enfocan en redes sociales*.

Artículo periodístico de ANPanamá, agencia de noticias. Recuperado el 20 de marzo de 2017 de: <http://www.anpanama.com/4487-Usuarios-de-internet-en-Panama-se-enfocan-en-redes-sociales.note.aspx>

Griffin, K. (2005). *Lingüística aplicada a la enseñanza del español como segunda lengua*. Madrid: Arco Libros.

Hernández Sampieri, R; Fernández, C y Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill.

Hernández Sampieri, R; Fernández, C y Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

Junta de Extremadura. (2001). *Ciencias sociales en Internet*. Mérida: Consejería de educación, ciencia y tecnología. Dirección General de Ordenación, Renovación y Centros.

Kats, J y Rice, R. (2005). *Consecuencias sociales del uso de Internet*. Barcelona: UOC.

Kont, J. (10/8/2016). *Sexto estudio anual ilifebelt de redes sociales en Centroamérica y el Caribe 2016*. Artículo recuperado el 15 de enero de 2017 de:

<https://ilifebelt.com/6to-estudio-anual-ilifebelt-redes-sociales-centroamerica-caribe-2016/2016/08/>

La Estrella de Panamá. (2/12/2015). *Porcentaje de las mujeres en el sistema educativo supera al de los hombres*. Artículo periodístico recuperado el 17 de abril de 2018 de:

<http://laestrella.com.pa/panama/nacional/porcentaje-mujeres-sistema-educativo-supera-hombres/23907350>

La Estrella de Panamá. (29/11/2016). *80% de panameños tendrá internet gratis*.

Artículo periodístico recuperado el 10 de julio de 2017 de:

<http://laestrella.com.pa/panama/nacional/80-panamenos-tendra-internet-gratis/23973635>

La Prensa. (20/10/ 2013). *El español que se habla en Panamá*. Recuperado el 12 de julio de 2016 de:

https://www.prensa.com/espanol-habla-Panama_0_3780371977.html

La Prensa. (25/5/2015). *La tradición de ir al cine se impone al consumo en línea*. Panamá. Recuperado el 3 de abril de 2017 de:

https://www.prensa.com/entretenimiento/tradicion-cine-impone-consumo-linea_0_4216078459.html

Limann, O. (1989). *Fundamentos de radio*. España: Marcombo.

Llerena, M. (1999). *Un manual de estilo* (Un recurso práctico y valioso que presenta

las normas para el uso correcto y apropiado del idioma español). Miami, Florida: UNILIT.

López, A. (2002). *La sociolingüística de los medios de comunicación*. (Artículo: *Linguistik online*). Recuperado el 12 de junio de 2017 de:
<https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/892/1554>

López, G. (2001). Tesis doctoral: *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. España: Departamento de teoría de los lenguajes, Universidad de Valencia.

Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.

Marín, M. (1997). *Conceptos claves de gramática, lingüística, literatura*. Buenos Aires: Fundec.

Mattelart, A y Matterlart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mcquail, Denis. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación*. (Tercera ed.). México: Paidós Ibérica.

Mercola, J. (6/1/2014). *El uso de teléfonos celulares está relacionado con un bajo rendimiento académico, ansiedad y algo mucho Peor...* Artículo recuperado el 3 de mayo de 2016 de:

<https://articulos.mercola.com/sitios/articulos/archivo/2014/01/06/uso-del-telefonocelular.aspx>

Sánchez, M. (2003). Tesis doctoral: *Los medios de comunicación y nuevas tecnologías en los centros docentes de la Provincia Real*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Moragas, M. (1995). *Sociología de la comunicación de masas*. (Cuarta ed.). Nuevos problemas y transformación tecnológica. Barcelona: Gustav Gili.

Panamá América (23/11/14). *La inmediatez no debe primar sobre la fidelidad*. Artículo periodístico recuperado el 8 de mayo de 2018 de:

<http://www.panamaamerica.com.pa/la-inmediatez-no-debe-primar-sobre-la-fidelidad-953759>

Panamá América (15/3/2015). *Panameños prefieren más los periódicos que los libros*. Artículo periodístico recuperado el 5 de octubre de 2016 de:

<http://m.panamaamerica.com.pa/dia-d/panamenos-prefieren-mas-los-periodicos-que-los-libros-967964>

Pelaz, J. y Rueda, J. (2002). *Los públicos cinematográficos de siglo xx*. Madrid: Rialp, S.A.

Pindado, J. (2003). Tesis doctoral: *El papel de los medios de comunicación en la socialización de los adolescentes*. Málaga: Universidad de Málaga.

Pineda, M. (1997). *Sociedad de la información, nuevas tecnologías y medios masivos*. Maracaibo, Venezuela: Ediluz.

Prieto, E. (2001). *Variación, norma y aprendizaje lingüístico*. (Ponencia leída en el II Congreso de la Lengua Española) .España. Recuperado el 20 de febrero de 2017 de: <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid/>

Promoción y educación para la salud (versión electrónica). (22/3/2013). *Riesgo de un mal uso de Internet*. Recuperado el 4 de marzo de 2017 de: <http://blogs.murciasalud.es/edusalud/2013/03/22/riesgos-de-un-mal-uso-de-internet/>

Ramírez García, A. (1999). *“Textos periodísticos” en el comentario de texto*. (Primera reimpresión). Madrid: Orto.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española*. (Vigésima segunda ed.). Bogotá: Printer Colombiana S.A.

Real Academia Española. (2005). *Diccionario panhispánico de dudas*. Bogotá: Aguilar.

Real Academia Española. (2010). *Ortografía de la lengua española*. España: Espasa.

Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. (Vigésima tercera ed.). Madrid: Espasa.

Revista Científica. (2006, volumen 8). *El periódico escolar en el contexto de la pedagogía por proyectos*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Recuperado el 1 de junio de 2018 de: <https://revistas.udistrital.edu.co/ojs/index.php/revcie/article/view/347/521>

Revista de Innovación Educativa. (2011, N°. 2, volumen 3). *Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?* Universidad de Guadalajara. Recuperado el 3 de junio de 2018 de:

<http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura/article/view/198/213>

Revista Hermeneutic (2008, N°. 8). *El uso del celular como forma de comunicación.*

Recuperado el 18 de abril de 2018 de <file:///D:/Mis%20Archivos/Downloads/12-24-1-PB.pdf>

Revista Iberoamericana de Informática Educativa. (Enero, 2005). *Huellas de la televisión en la convivencia de nuestros estudiantes.* Artículo recuperado el 4 de noviembre de 2016 de: <http://absta.info/ie-comunicaciones-numero-1-enero-2005-pp-13-20-revista-iberoam.html>

Revista Panameña de Política. (2012, N°. 13). Centro de iniciativa demográfica.

Recuperado el 14 de septiembre de 2017 de: http://cidempanama.org/?page_id=25

Roiz, M. (2005). *Sociología de la comunicación y cultura de masas.* Madrid: Laberinto.

Sánchez, L. (2010). *Metodología de la investigación.* (Tercera ed.). Panamá: Articsa.

Sánchez, Y. *18 ventajas y desventajas del Uso de Internet.* Artículo publicado en Lifeder.com. Recuperado el 5 de enero de 2017 de: <https://www.lifeder.com/ventajas-desventajas-internet/>

Solís, A. (2/12/2015). *Casi ocho millones de líneas en Panamá*. Artículo periodístico de ANPanamá, agencia de noticias. Recuperado el 20 de diciembre de 2016 de: <http://www.anpanama.com/4858-Casi-ocho-millones-de-lineas-de-celulares-en-Panama-.note.aspx>

Toro, B. (2011). *Medios masivos de comunicación: una construcción de la realidad*. Revista Pequéen. Volumen 1. Páginas 108-119.

Universia España. (6/12/2012). *Los jóvenes casi no leen periódicos y acuden a las redes sociales en busca de información*. Recuperado el 9 de mayo de 2018 de: <http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/12/06/986915/jovenes-casi-no-leen-periodicos-acuden-redes-sociales-busca-informacion.html>

Universia España. (15/4/2015). *Quiero ser periodista*. Recuperado el 16 de abril de 2018 de: <http://noticias.universia.es/educacion/noticia/2015/04/15/1123210/quiero-periodista.html>

Universidad de Navarra: Vida universitaria. (19/8/14). *El lenguaje de los medios de comunicación influye en el léxico, no en el fondo de la lengua*. Recuperado el 18 de abril de 2018 de: <http://www.unav.edu/web/vida-universitaria/detallenoticiapestania/2014/08/19/el-lenguaje-de-los-medios-de-comunicacion-influye-en-el-lexico-no-en-el-fondo-de-la-lengua?articleId=4797969>

Universidad de Panamá. (2009). *Modelo Educativo y Académico*. Panamá:

Dirección general de planificación y evaluación universitaria.

Universidad de Panamá. (2014). *Reglamento de banco de datos*. Consejo General Universitario N°. 2-14 del 13 de marzo de 2014.

Universidad de Panamá. (2017). *Programa de la asignatura de Introducción a la Comunicación*. Secretaría Académica.

Universidad de Panamá. (2018). *Entregan reconocimiento a profesores con muchos años de servicios en la UP*. Noticia recuperada el 14 de mayo de 2018 de:

<http://www.up.ac.pa/portalup/PrincipalNoticias.aspx?id=1890>

Universidad de Valencia. *Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el Aprendizaje*. Entornos virtuales de formación. Recuperado el 3 de junio de 2018 de:

<https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA1.wiki>

Valdés Taylor, L. (2007). *Técnicas de la Investigación*. Panamá: Portobelo.

Vásquez, C. (Enero - Junio 2012 N°. 13,). *Sistema de medios de comunicación en Panamá y su relación con el poder económico y político. ¿Qué contribuciones para la consolidación de la democracia?* Revista Panameña de política. Recuperado el 7 de agosto de 2016 de: <http://cidempanama.org/wp-content/uploads/2012/09/Sister-medios-de-comunicacion.pdf>

Vivaldi, G. (1999). *Curso de Redacción* (Teoría y práctica de la composición y del estilo). (Tercera ed.). Madrid: Paraninfo.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE HUMANIDADES
MAESTRÍA EN LENGUA ESPAÑOLA Y LITERATURA PARA EL NIVEL SUPERIOR

Estimado alumno(a):

Le solicito respetuosamente, responder la siguiente encuesta, para conocer la influencia de los medios masivos de comunicación en el lenguaje oral de cada uno de los estudiantes. Los datos que aporten, son importantes y servirán para realizar la investigación final de la Maestría en Lengua Española y Literatura en el nivel superior.

Gracias

Señale con un gancho en el recuadro que contenga su respuesta:

1. Edad
☐ 18-24 ☐ 25-31 ☐ 32-38 ☐ 39-45 ☐ 46 o más

2. Sexo
☐ Masculino ☐ Femenino

3. ¿Qué medios de comunicación de masas utiliza usted más?
☐ Televisión ☐ Radio ☐ La prensa ☐ Internet ☐ Celular ☐ Otros

4. ¿Cuáles son las ventajas de los medios de comunicación de masas?
☐ Utiliza un lenguaje sencillo ☐ Gran cobertura geográfica
☐ Divulga rápidamente ☐ Impacta el mensaje que se trasmite

5. ¿Cuáles son las desventajas de los medios de comunicación masiva?
☐ Manipula la opinión del receptor ☐ Deforma el lenguaje oral en los estudiantes
☐ Influye negativamente en las conductas de las personas ☐ Es costoso

6. ¿Qué medios de comunicación de masas influyen más en el lenguaje oral de los estudiantes?
☐ Radio ☐ Televisión ☐ Internet ☐ Celular ☐ Periódicos

7. ¿Qué medio o medios de comunicación influyen más en la deformación del lenguaje oral de los estudiantes?

☐ Radio ☐ Televisión ☐ Internet ☐ Celular ☐ Periódicos

8. ¿Qué deficiencias lingüísticas provoca la influencia de los medios de comunicación de masas en la expresión oral del estudiante?

☐ Pobreza en la expresión

☐ Muletillas

☐ Desorden de ideas

9. Como estudiante, ¿Considera usted que actualmente el papel de los medios de comunicación contribuye a enaltecer el idioma?

☐ Sí

☐ No

10. ¿Cuál es el papel de los medios masivos de comunicación en el uso correcto del lenguaje, como vehículo de comunicación humana?

☐ Buscar verdades mediante el diálogo

☐ Fomentar correctamente la expresión oral de las personas

☐ Informar, instruir y educar al lector o público

11. Palabras o expresiones que utiliza o escucha usted con mayor frecuencia a través de los medios masivos de comunicación?

☐ Barbarismos

☐ Anglicismos

☐ Neologismos

☐ Vulgarismos

12. ¿Usted lee los periódicos?

☐ Sí

☐ No

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
CENTRO REGIONAL UNIVERSITARIO DE PANAMÁ OESTE
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
FACULTAD DE HUMANIDADES
MAESTRÍA EN LENGUA ESPAÑOLA Y LITERATURA PARA EL NIVEL SUPERIOR

Estimado docente:

Le solicito, respetuosamente, que responda la siguiente encuesta para conocer la influencia de los medios masivos de comunicación en el lenguaje oral de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social. Los datos que suministre serán fundamentales para lograr los objetivos del estudio de la Maestría en Lengua Española y Literatura en el nivel superior.

Gracias

Responda en forma clara y precisa las siguientes preguntas. Marque con un gancho en el recuadro que contenga su respuesta:

1. Preparación académica

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Posgrado en Docencia superior | <input type="checkbox"/> Posgrado en su especialidad |
| <input type="checkbox"/> Maestría en Docencia superior | <input type="checkbox"/> Doctorado |
| <input type="checkbox"/> Maestría en su especialidad | |

2. ¿Cuántos años tiene de laborar como docente en el Centro Regional Universitario de Panamá Oeste?

- | | | | | |
|------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-5 | <input type="checkbox"/> 5-10 | <input type="checkbox"/> 10-15 | <input type="checkbox"/> 15-20 | <input type="checkbox"/> 20 o más |
|------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|

3. ¿Cómo se debe orientar a los estudiantes para que articulen mejor por sí mismos a través de los medios a su alcance?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Elaborar carteles en el aula | <input type="checkbox"/> Preparar murales |
| <input type="checkbox"/> Producir periódicos en el CRUPO | <input type="checkbox"/> Preparar programas de radio elaborados por ellos mismos |

4. ¿Cuáles son los principales problemas que confrontar los estudiantes frente a los medios masivos de comunicación?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Falta de compromiso serio de los mismos docentes. | <input type="checkbox"/> Difícil acceso de los estudiantes a las nuevas tecnologías. |
| <input type="checkbox"/> Se amparan en aquellas informaciones mal manejadas por la tecnología moderna. | <input type="checkbox"/> Falta de información adecuada de los medios modernos. |

5. ¿Qué impacto provoca los avances de la comunicación masiva en el desarrollo del lenguaje oral de los estudiantes universitarios?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Pobreza del vocabulario | <input type="checkbox"/> Bajo nivel cultural |
|--|--|

6. ¿Qué significado tiene la importancia de la incorporación de los medios masivos de comunicación para mejorar el lenguaje oral de los estudiantes?
- ☐ Es un recurso indispensable para reorganizar la enseñanza y aprendizaje.
- ☐ Fomenta y orienta el mejoramiento de la expresión oral.
7. ¿Qué preparación hay que darle a los docentes para usar adecuadamente los nuevos medios de comunicación masiva en sus estrategias pedagógicas?
- ☐ La incorporación de las tecnologías de comunicación e información a la formación docente.
- ☐ Uso de las nuevas tecnologías como herramientas valiosas en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
8. ¿Qué técnicas pedagógicas deben emplear los docentes en el salón para mejorar la expresión oral de los estudiantes universitarios?
- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Interrogatorio | <input type="checkbox"/> Torbellino de ideas | <input type="checkbox"/> Dramatización |
| <input type="checkbox"/> Trabajo en equipo | <input type="checkbox"/> Diálogos simultáneos | <input type="checkbox"/> Debates |
| <input type="checkbox"/> Coloquio | <input type="checkbox"/> Mesa redonda | <input type="checkbox"/> Investigaciones |
| <input type="checkbox"/> Discusión dirigida | <input type="checkbox"/> Lectura comentada | <input type="checkbox"/> Charlas |
9. ¿Qué estrategias pedagógicas deben emplear los docentes en el salón para mejorar la expresión oral de los estudiantes universitarios?
- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Esquemas | <input type="checkbox"/> Resumen | <input type="checkbox"/> Ilustraciones |
| <input type="checkbox"/> Cuadro sinóptico | <input type="checkbox"/> Mapa conceptual | <input type="checkbox"/> Repaso |